E-DÖNÜŞÜM'ÜN EN İYİ YAZILIM FİRMALARI

CEO HİLAL SUERDEM: KİĞILI'NIN HEDEFİ YURT DIŞINDA DA MARKALAŞMAK

Hizmetix

EKONOMİ VE İŞ DÜNYASI DERGİSİ

HAZİRAN - TEMMUZ 2018 | SAYI 133 | 17 TL

DİJİTAL ESNAF OLMANIN 7 ALTIN KURALI



BİLECİK MİLLETVEKİLİ ADAYI SELİM YAĞCI



OSMANELİ BELEDİYE BAŞKANI MÜNÜR ŞAHİN

BİLECİK BELEDİYE BAŞKANI

NİHAT CAN

MARMARA'NIN PARLAYAN YILDIZI *Bilecik*

BİZİM İÇİN VAZGEÇİLMEZ SEVDA

LOJİSTİĞİN GELECEKTEKİ BOYUTU

2023 HEDEFLERİ

- Kesintisiz Yatırım
- Proje Lojistiğinde Dünya Standartları
- Sürdürülebilir Bütüncül Hizmet



İTT
LOGISTICS


Mehmet Şimşek

BÜYÜME AĞIRLIKLI OLARAK TÜKETİMDEN KAYNAKLANIYOR

Ekonomiden sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, yılın ilk çeyreğine ilişkin büyüme rakamlarını değerlendirdi. Şimşek, kısa vadede büyümenin ağırlıklı olarak tüketimden kaynaklandığını, bir süre durağan kalan yatırımların canlandığını, bunun önem taşıdığını söyledi.

Mehmet Şimşek, büyümenin en önemli özelliğinin kalitesi olduğunu belirterek "Büyüme eğer istihdam yaratıyorsa, kapsayıcı bir büyümeyse, yatırımlarla oluyorsa sağlıklıdır. En az yan etkilere (cari açık, enflasyon) sahipse o kaliteli bir büyümedir. Türkiye, son 15 yılda güçlü bir büyüme performansı gösterdi." diye konuştu.

Büyümenin istihdam yaratıp yaratmadığının önemli olduğuna işaret eden Şimşek, son 1 yılda 1,2 milyon, son 10 yılda ise 8,8 milyon vatandaşa iş bulunduğunu, Türkiye'nin istihdam performansının ortada olduğunu dile getirdi.

Şimşek, muhalefetin Türkiye'nin inşaatla büyüdüğü eleştirilerini de yanıtlayarak son 15 yıllık dönemde inşaat sektörünün katma değer içindeki payının ortalama yüzde 6,9 olduğunu, geçen yıl itibarıyla yüzde 8,6 olarak gerçekleştiğini bildirdi. Bunun OECD ve Avrupa Birliği (AB) ortalamasının üzerinde olduğuna dikkati çeken Şimşek, Türkiye'de kentsel dönüşüm ihtiyacının yüksek olduğunu, AB'de böyle bir durumun bulunmadığını, bu ülkelerin altyapı ihtiyacını çok uzun süre önce giderdiğini anlattı.

Mehmet Şimşek, büyümede tüketimin payına ilişkin de "Türkiye'de gayrisafi yurt içi hasılaya (GSYİH) harcamalar boyutuyla bakıldığında, her zaman tüketimin payı genelde üçte iki, dörtte üç arasında olmuştur. Türkiye her zaman iç talep eksenli büyümüştür. İç talep ağırlıklı büyümediği nadir yıllar 1994'tür, 2001'dir, iç talebin bir kriz nedeniyle çöktüğü yıllardır. Tüketim kısmen cari açığa yansıyor." değerlendirmesinde bulundu.

EDİTÖR



TURGUT TAHNAL
(GENEL YAYIN YÖNETMENİ)

Demircan Reklam Ajansı Yayıncılık ve Matbaa Hiz. San. Tic. Ltd. Şti Adına

İMTİYAZ SAHİBİ
Metin Tahnal

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Turgut Tahnal

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Adem Ünce

EDİTÖR
Ece Kırdudu
haber@hizmetix.com.tr

GÖRSEL YÖNETMEN
Cihan Albay
grafik@hizmetix.com.tr

GRAFİK TASARIM
Medine Tahnal

REKLAM & PAZARLAMA
Öznur Yılmaz
Erdinç Sözbir
Ebru Yıldız
Tolga Müren
Canan Şahin

ABONE SORUMLUSU
Semiha Kale
abone@demircanmedya.com.tr

İNGİLTERE SORUMLUSU
Suzan Doğan

BASKI
Milsan Matbaacılık ve
Gazetecilik AŞ

YÖNETİM MERKEZİ
Beşyol Mah. İnönü Cad. No:18 K:4/8
Sefaköy - Küçükçekmece / İST.

T: 0212 451 51 60 - 63 **F:** 0212 451 51 64
www.hizmetix.com.tr
www.demircanmedya.com.tr

SEKTÖR HIZLA EVRİLİRKEN...

Merhaba.

İş dünyası ile hizmet sektörünü buluşturduğumuz bir sayıda daha dopdolu içerikle karşınızdayız.

Öncelikle hizmet sektöründe bir ilk olan FM Expo İstanbul Tesis Yönetim Fuarı'nı organize eden Tesis Yönetim Derneği'ni tebrik etmek istiyorum. Kurulduktan birkaç ay sonra, sektörün uluslararası üst düzey isimlerinin de yer aldığı, Türkiye'nin en büyük firmalarının katıldığı böyle bir organizasyonu düzenlemek hakikaten kolay değil.

Hizmetix Dergisi olarak bizim de stant açarak yer aldığımız fuarla ilgili görüşler hep olumluydu. Görüştüğümüz bütün yöneticiler, fuarın çok başarılı geçtiğini ve bundan sonra düzenli olarak organize edilmesi gerektiğini belirttiler.

Evet, bu tür fuarların da katkısıyla hizmet sektörü hızla evriliyor. Artık büyük firmalar kendilerini temizlik, güvenlik veya catering olarak değil, tesis yönetim şirketi olarak adlandırıyorlar. Hizmet alanlarda da bilinçlenme artıyor. Hizmet alınırken artık tüm hizmetleri sağlayabilen kurumsal firmalar tercih ediliyor.

Sektörün hızla evrilip geliştiği bu süreçte kurumsallığını oluşturabilen firmalar öne çıkacak. Oluşturamayanlar ise ya geride kalacak ya da büyük firmalar tarafından satın alınacak. ATALIAN CEO'su Uğur Oktar Bey'in de dediği gibi, sektör geliştikçe konsolidasyon söz konusu olacak. Bazı firmalar kapanıp bazı firmalar birleşecek. Tesis yönetim işini daha büyük ve daha kurumsal firmalar yapacak.

Ancak bir sıkıntı söz konusu. Bu hızlı dönüşüm ve gelişim sürecinde en önemli konulardan biri, hem beyaz yaka hem de mavi yaka olarak yetişmiş eleman eksikliği.

Tesis Yönetim Derneği ve sektörün önde gelen firmalarının bir araya gelerek bu sorunu masaya yatırmaları ve çözüm üretmeleri gerekiyor.

Aksi takdirde hizmet kalitesinde yaşanacak sıkıntılar, sektörü olumsuz etkileyebilir.

11 yıldır sektörün sesi olan bir yayın organı olarak gördüğümüz en büyük problemlerden biri bu. Umarız en kısa sürede bir çözüm üretilir.

Tesis yönetim sektörü başta olmak üzere birçok konuda dolu dolu röportajların ve dosyaların olduğu yeni sayımızla sizleri baş başa bırakırken hepinize hayırlı işler, bol kazançlar diliyorum.

Hoşça kalın.

 ISSN 1307 66 47

EKONOMİ VE İŞ DÜNYASI DERGİSİ
Hizmetix







İÇİNDEKİLER

• • •

• • •



Deniz Gökçe

[redacted]

İyimser olurken resesyon da geliverebilir!

Pozitif ekonomik büyüme tahminleri, topluma iyimserlik işaretidir. Fakat diğer taraftan da aniden resesyon da geliverebilir.

Uluslararası Para Fonu (IMF), son dönemde yeni bir araştırma yayınlamış. Bu araştırma der ki 'Bizim IMF olarak kendi yaptıklarımız da dahil olmak üzere çok aşırı ve iyimser büyüme tahminleri, aşırılık sonucu, resesyon ve de mali sektör problemleri yaratır.'

IMF tarafından yapılan araştırmanın özetine göre, pozitif ekonomik tahminler, sık sık, hem kamunun hem de özel sektörün, endişelenmeden, daha çok borç almasına yol açarak, sonunda büyük çapta borç kökenli ve büyümeyi hırpalayacak sorunlar oluşturur.

Araştırmayı hazırlayanlar tarafından yapılan incelemelere göre kısa dönemde "aşırı iyimserlik", önümüzdeki dönemlerde kısa vadede pozitif sonuçlar gündeme getirebilir ama diğer taraftan da ekonomiyi resesyona sokabilir veya en azından resesyon ihtimalini artırabilir.

Konuyu inceleyen IMF raporu, British Columbia Üniversitesi Ekonomi Profesörü Paul Beaudry ve de çalışma ortağı IMF araştırmacısı Tim Willems tarafından üretilen bir akademik araştırma. Araştırmada 189 ülke incelenmiş.

Bu 189 ülke geleceğe dönük tahminler vermişler, 1990 ile 2016 yılları arasındaki araştırmanın sonuçları yılda iki defa çıkan IMF World Economic Outlook adlı yayında 25 yıl yayınlanmış.

Sonuçta araştırmaya göre yazarlar, gelecek yılın büyümesi için bu yıl yapılan tahminleri, gerçekte hesaplanan global verilere dayanarak sonradan incelendiğinde, büyümenin genellikle yüzde 58 oranında daha yüksek çıktığını göstermiş.

IMF çalışması resesyonları bir yıl önceden yapılan tahminlere dayanarak incelediğinde de, resesyonların sadece yüzde 24 kadarı önceden tahmin edilebilmiş.

Diğer taraftan başka kurumlar tarafından yapılan araştırmalara göre de benzer yanılmalar ortaya çıkıyormuş. Özellikle özel sektörde, mesela bankaları inceleyerek gündeme getirilen tahminler de, IMF çalışmasına benzer boyutta, yüksek dozda aşırılık içermekte imiş.

Finansal piyasalarda yapılan incelemede ise Standard and Poor's 500'ün altın fiyatı incelemesinde, bir sonraki yılda altın piyasasında yüksek fiyat artışı tahmininde nedense hep yanılınmış.

Bu yılki petrol fiyatı artışı da tahmincileri şaşırtmış.

KOÇ HOLDİNG'DEN İLK ÇEYREKTE 1,1 MİLYAR TL KÂR


Levent Çakıroğlu

KOÇ HOLDİNG, YILIN İLK FİNANSAL VERİLERİNİ AÇIKLADI. KOÇ HOLDİNG CEO'SU LEVENT ÇAKIROĞLU, "ÜLKEMİZDE VE KÜRESEL PAZARLARDA REKABETÇİLİĞİMİZİ ARTIRARAK BÜYÜMEYİ SÜRDÜRÜYORUZ." DEDİ.

Koç Holding, 2018'in ilk çeyrek finansal sonuçlarını açıkladı. Holding, ilk çeyrekte konsolide bazda 24,6 milyar TL gelir elde ederken; 1,1 milyar TL konsolide ana ortaklık payı net dönem kârı gerçekleştirdi. Aynı dönemde kombine yatırımları bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 40 artışla 1,6 milyar TL'ye ulaştı.

İlk çeyrek finansal sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, "Uzun vadeli değer yaratma hedefimiz ve küresel vizyonumuz çerçevesinde faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Yılın ilk çeyreğinde ülkemizin geleceğine olan inancımız, dirençli bilanço yapımız ve disiplinli risk yönetimimiz sayesinde faaliyetlerimize ve yatırımlarımıza kararlılıkla devam ettik. Ülkemizde ve küresel pazarlarda rekabetçiliğimizi artırarak büyümeyi sürdürüyoruz. Topluluk olarak dijital dönüşüm programımızın da katkısıyla her alanda rekabet gücümüzü ve etkinliğimizi sağlamlaştırıyoruz." dedi.

İlk çeyrekte kombine yatırımlarının 2017'nin aynı dönemine göre yüzde 40 artarak 1,6 milyar TL'ye ulaştığını belirten Çakıroğlu, böylelikle son 5 yılda 35 milyar TL'nin üzerinde yatırım gerçekleştirdiklerini ifade etti.

Senenin geri kalanında da yatırımlarındaki bu ivmenin devam edeceğini söyleyen Çakıroğlu, sözlerine şöyle devam etti: "Menzelet ve Kılavuzlu Hidroelektrik Santralleri'nin Entek tarafından devralınmasının tamamlanmasıyla yenilenebilir enerji alanında önemli bir adım atmış olduk. Öte yandan, ülkemizde bankacılık sektörünün uzun vadeli büyüme potansiyeline inancımızla, Yapı Kredi'de 4,1 milyar TL tutarında sermaye artışına karar verdik. Bu işlem son 10 yılda ülkemizin bankacılık sektöründe gerçekleştirilen en büyük bedelli sermaye ihracı olacak."

OTOMOTİVDE YURT İÇİ LİDERLİĞİMİZİ KORUDUK

Koç Topluluğu'nun küresel vizyonu çerçevesinde yurt dışı büyümenin de kararlılıkla sürdürüldüğünü belirten Levent Çakıroğlu "Otokoç, Avis Budget Group ile birlikte, Yunanistan'daki Avis Budget operasyonlarının satın alımını gerçekleştirdi. Arçelik ise Hindistan'da 2019'un ikinci yarısında üretime geçmesi planlanan buzdolabı fabrikası için altyapı çalışmalarını hızlandırdı. Romanya'daki Endüstri 4.0 standartlarına sahip olacak ilk çamaşır makinesi fabrikasının bu sene içinde devreye alınması için de çalışmalarına devam ediyor." dedi.

Koç Topluluğu'nun ilk çeyrekte faaliyet gösterdiği sektörlerde güçlü konumunu koruduğunu belirten Çakıroğlu, "Tüpraş, rafinerilerindeki yatırım amaçlı ve planlı bakım duruşlarına rağmen ürün talebinin tamamını karşıladı. Aygaz ise pazardaki liderliğini korudu ve toplam LPG satışları 489 bin ton olarak gerçekleşti. Opet de aynı dönemde istasyon sayısını bin 581'e çıkartarak yüzde 18 pazar payı ile sektördeki başarısını sürdürdü. Otomotiv sektöründe de yurt içindeki liderliğimizi koruduk. İhraç pazarlarında da sunduğumuz modellerimizin başarısıyla konumumuzu güçlendiriyoruz." şeklinde konuştu.

DÜNYADA YILIN SORUMLU LİDERİ GÜLER SABANCI

İngiltere merkezli FIRST, 2017 Yılın Sorumlu Lideri Ödülü'nü Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı'ya verdi. Sabancı, 17 yıldır gerçekleştirilen ödül programında 'Yılın Sorumlu Lideri' unvanını alan ilk Türk oldu.

Dünya genelinde ülke, endüstri ve finans liderleri arasında ilişki geliştirmeyi hedefleyen İngiltere merkezli FIRST tarafından düzenlenen 'Yılın Sorumlu Lideri Ödülü', 2017 yılı için Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı'ya verildi. Sabancı, bu ödülü alan ilk Türk oldu. Güler Sabancı, ödülü, 13 Mayıs'ta Londra'da Lordlar Kamarası'nda düzenlenen törenle Lord Judge'dan aldı. Törene Türkiye'nin Londra Büyükelçisi Abdurrahman Bilgiç ile yabancı misyon ve iş dünyası temsilcileri katıldı.

2000 yılından bugüne kadar dünya genelindeki şirket ve sivil toplum kuruluşlarına verilen ödülün verileceği isim, uluslararası bir jürinin değerlendirmesiyle belirleniyor. 17 yıldır gerçekleştirilen ve uluslararası şirketlerin liderlerine verilen FIRST Ödülleri, dünyanın en itibarlı liderlik ödülleri arasında gösteriliyor.

Güler Sabancı, ödülü aldıktan sonra şunları söyledi: "Bu ödülü tüm Sabancı Topluluğu çalışanları adına almaktan büyük memnuniyet ve onur duyuyorum. Büyükbabam her zaman bu ülkenin bizim için en kıymetli değer olduğunu söylerdi. Onun hayattaki en önemli amacı, bu topraklarda kazandığını yine bu toprakların insanlarıyla paylaşmaktı. Bu felsefeden hareketle, büyükannem de tüm mal varlığını Sabancı Vakfı'na bağışladı. Hepinizin bildiği gibi Türkiye gelişen bir ülke ve ekonomik büyümenin ülkemiz için çok önemli olduğunu biliyoruz. Ancak bu süreç, sosyal sorumluluk ve eşitlik değerleri olmadan düşünülemez. Bizim için, ekonomik kalkınma ve sosyal kalkınma her zaman el ele, denge içinde olmuştur. Aksi takdirde sürdürülebilir bir gelecek ve sürdürülebilir bir iş düşünülemez. Sabancı Topluluğu olarak, bizler de ekonomik atılımlarımızı yaparken temel değerlerimizi her zaman koruduk. Sabancı Topluluğu'nu yönetecek gelecek nesillerin de bu değerleri koruyacağına, sosyal sorumluluk alanında aynı çizgiyi sürdüreceğine inancım tam. Bu değerli ödülden dolayı, Jüri Başkanı Lord Judge nezdinde tüm jüri üyelerine teşekkür ediyorum."


Güler Sabancı

maratem

Her dokunuşta **yeni yıkanmış gibi!**

Ev Dışı Tüketim Sektöründe
İlk ve Tek

MİKROENKAPSÜLE ESANS TEKNOLOJİSİ







M601 Mikrokapsüllü Yumuşatıcı'nın üstün teknolojili **koku kapsülleri,** yıkama ve kuruma süresince özelliğini korur, **tekstilin kullanımı sırasında** ferah ve hoş koku açığa çıkar.

ECZACIBAŞI
PROFESYONEL

www.eczacibasiprofesyonel.com



DİJİTAL ESNAF OLMANIN 7 KURALI

TİCİMAX E-TİCARET SİSTEMLERİ KURUCUSU, TOBB E-TİCARET MECLİSİ ÜYESİ CENK ÇİĞDEMLİ, DİJİTAL ESNAF OLMANIN 7 KURALINI AÇIKLADI. DİJİTALLEŞMEYEN İŞLERİN ÖNÜMÜZDEKİ YILLARDA YAŞAMA ŞANSININ OLMAYACAĞINA İŞARET EDEN ÇİĞDEMLİ, E-TİCARET SİTESİNİN KURULUM AŞAMASINDAN REKLAMINI YAPMAYA, MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ YÖNETMEKTEN GÜVENLİĞE KADAR KRİTİK ALANLARDA NELER YAPILMASI GEREKTİĞİNİ AKTARDI.

1- SİTEDE AÇIK KAYNAK KODLU YAZILIM KULLANMAYIN

Öncelikle altyapısı sağlam bir e-ticaret sitesi yaptırmanız gerekiyor. Hizmet alacağınız firmanın profesyonel olduğundan emin olun. Google aramalarda 300-500 liraya bile site yaptığını iddia eden şirket görünümlü şahıslar görebiliyorsunuz. Bu şahıslar, vur-kaç yapan bir dolandırıcı da çıkabilir. Profesyonel bir altyapının bu rakamlara kurulmayacağını unutmamalısınız. Sitenizde açık kaynak kodlu ücretsiz yazılımlar kullanılmadığından da emin olmalısınız. E-ticaret gibi güvenin birincil öncelikte olduğu bir alanda ücretsiz yazılımlar başınıza dert açabilir. İyi bir e-ticaret paketi için en az bin lira ile 5 bin lira arasında bir miktarı gözden çıkarmalısınız. Bu parayı yılda sadece bir kez ödeyeceksiniz.



2- TASARIM BASİT OLMALI

İnternet sitenizin tasarımı basit ve net olmalı. 'Ara', 'göz at' ve 'ürün al' gibi bölümlerin kullanımı kolay olmalı. Ürünlerle ilgili ayrıntılı bilgi yazmak ve güzel fotoğraflarını yüklemek de satışınızı arttıracak unsurlardır. Müşteri ürünü büyütmek, döndürmek, renklerini değiştirmek, kısacası ürünle aynı fiziki ortamdaymış gibi etkileşim kurmak ister. Bunu unutmayın.

3- VERİ YEDEKLEMEYİ ATLAMAYIN

Dünya üzerinde her yıl 1.8 Zettabyte'ın (1 Zettabyte = 1 trilyon Gigabyte) üzerinde dijital veri oluşuyor. Tahminlere göre bir kişi ayda ortalama 10 GB veri üretiyor. Tüm bu bilgiler yığılarak artmaya devam ediyor. Özellikle şirketler için verilerini yedeklemek öncelikli konular arasında artık. Bir makine arızası, fidye yazılım veya herhangi bir siber saldırı, telafisi imkansız zararlara yol açabiliyor.



4- SSL VE 3D SECURE ÖNEMLİ

Bir e-ticaret sitesinde SSL sertifikası mutlaka olmalıdır. Aksi halde müşterileriniz siteye güvenip kredi kartı bilgilerini girmek istemeyecektir. Bunun yanı sıra 3D Secure hizmetinin de açık olması tavsiye edilir. Çünkü 3D Secure ile müşteri, ödemeyi yaptığına dair bir SMS onaylaması yapmak zorundadır. Bu onaylama, hem müşteri hem de satıcı için güveni artırır. Bu uygulamanın kredi kartı cirolarını düşüreceğine, müşterinin alışverişten vazgeçeceğine dair yanlış bir kanı var. Yapılan araştırmalara göre, dürüst ve garantici müşteri 3D Secure uygulamasının olduğu siteyi daha güvenli buluyor.

5- BÜTÇEYE GÖRE DİJİTAL REKLAM

Facebook, Google, Instagram gibi platformlara sitenizin reklamını vermeniz, kısa zamanda çok sayıda müşteriye erişmek için önemlidir. Bütçenize göre reklam verebilirsiniz. Instagram ve Facebook gibi sosyal platformlarda ürünlerinizi tanıtabileceğiniz birer hesap da açmalısınız. Paylaşımlarınıza ürünle ilgili (#topukluayakkabı, #zeytinyağı gibi…) etiketler koymayı da ihmal etmeyin. Son yıllarda en popüler reklam kanallarından biri de 'influencer marketing', yani sosyal medyadaki etkili hesaplar aracılığıyla, göze batmayan, doğal içerikli reklamlar üretmek. Bu doğrultuda, yaptığınız işle ilgilenebileceğini düşündüğünüz sosyal medya ünlülerine veya sosyal medya sayfalarına ürünlerinizden birer tane göndererek paylaşım yapmalarını rica edebilirsiniz.



6- SEO ÇALIŞMASI YAPTIRIN

Ürünlerinizin Google aramalarda üst sıralara yükselmesi için SEO çalışması yaptırmalısınız. Bu konuda sitenizi yapan e-ticaret paket firmanızdan destek isteyebilirsiniz ve bilgi alabilirsiniz. Böylece sattığınız ürünle alakalı bir arama yapıldığında, müşterinin önüne sizin siteniz de gelir.

7- ULAŞILIR OLUN

Günümüzde talep ve şikayetlerin çoğunlukla chatbot ve sosyal medya üzerinden yöneltildiğini unutmayın. Çağrı merkezleri bile artık yazılı alana kaydı. Sosyal medya hesaplarınızda müşterilerinizle aktif iletişim halinde olun. Müşteri memnuniyetini anlık izleyin. Sitenizde chatbot servisi kullanmayı ihmal etmeyin. Hatta bütçeniz varsa yapay zekâ ile geliştirilen bir chatbot kullanmalısınız. Kullanıcıların çoğu Sıkça Sorulan Sorular ve Yardım Sayfaları'nı da aktif olarak kullanıyor. Dolayısıyla sitenizde bu tür içeriklere yer vermeniz yerinde olacaktır. 'Hakkımızda' ve 'İletişim' sayfalarınız da detaylı olmalı.



Mahfi Eğilmez

Açık vermeden büyüyemeyen ekonomi

İki önemli veri aynı anda açıklandı. Buna göre; 2018 yılının ilk çeyreğinde büyüme yüzde 7,4 olmuş, ilk 4 ayda cari açık / GSYH oranı da yüzde 6,2'ye yükselmiş bulunuyor.

İlk çeyrek için yüzde 7,4 oranında büyüme son derecede güçlü bir büyüme performansına işaret ediyor. Büyük olasılıkla dünyada en üst sıralarda çıkacak bir peformans göstermiş Türkiye.

Konuya üretim yönünden bakalım.

GSYH'de en büyük pay yüzde 56 dolayında bir oranla hizmetler kesimine ait bulunuyor. Hizmetler kesimi geçen yılın ilk çeyreğinde yüzde 6,5 büyümüşken bu yıl yüzde 10 gibi yüksek bir büyüme oranı yakalamış. GSYH'nin yüzde 56'lık bölümünün yüzde 10 büyümesi, genel büyüme üzerinde son derece pozitif bir etki yaratıyor.

Onun dışındaki kesimlerin büyüme oranları geçen yıla göre o kadar yüksek farklar yaratmıyor. Tarım kesimi büyümesi geçen yıla göre gerilemiş, sanayi kesimi 2,1, inşaat kesimi 1,7 puan artmış. Buna karşılık bu kesimlerin ve özellikle sanayi ve inşaat kesimlerinin hizmetler kesimi büyümesine olumlu katkı yaptığını gözden kaçırmamak gerekir.

Konuya şimdi de harcamalar açısından bakalım.

GSYH içinde en büyük pay yüzde 60 ile hane halkı tüketim harcamalarına ait. Hane halkı tüketim harcamaları geçen yılın ilk çeyreğinde yüzde 3,8 artmışken bu yılın ilk çeyreğinde yüzde11 büyümüş. Yine GSYH'deki payı yüzde 30 gibi yüksek bir oranda olan yatırımlar geçen yıl yüzde 3 artmışken bu yıl yüzde 9,7 büyümüş. Bu iki ağırlıklı kalem GSYH'nin bu kadar yüksek büyümesinde en önemli katkıyı yapmışlar.

Geçen yılın ilk çeyreğinde yüzde 12,7 küçülmüş olan makine ve teçhizat yatırımlarının bu yılın ilk çeyreğinde yüzde 7 artmış olması en olumlu gelişmedir. Net ihracatın (ihracat-ithalat) getirdiği olumsuz katkı bu olumlu görünümün daha parlak olmasını önleyen bir gelişme olarak karşımıza çıkıyor.

TL'nin bu kadar değer kaybettiği bir ortamda ithalatın ihracattan çok daha yüksek oranda artmasının temel nedeni, ihraç ettiğimiz malların daha çok tüketim malı (otomotiv, tekstil ürünleri vb) olmasına karşılık ithal ettiğimiz malların daha çok üretimde kullandığımız girdi veya makine (petrol, doğalgaz, makine – teçhizat vb.) olmasıdır. İhraç mallarımızın fiyatını artırırsak satışı düşüyor. Çünkü bunlar zorunlu mallar değil. Buna karşılık ithal mallarının fiyatı artınca bizim talebimiz fazla düşmüyor. Çünkü o malları ithal etmezsek üretim yapamıyoruz.

Bu özetten giderek 2018'in ilk çeyreğinde gördüğümüz yüzde 7,4 oranındaki yüksek büyümenin iç tüketim, ithalata dayalı yatırım ve hizmet kesimi ağırlıklı bir büyüme olduğunu söyleyebiliriz.

Bu yazı, mahfiegilmez.com'dan Mahfi Eğilmez'in izniyle alınmıştır.

‘TÜSİAD BU GENÇLİKTE İŞ VAR!’ YARIŞMASINA REKOR KATILIM

Geleceğin genç girişimcilerine iş dünyasının deneyimlerini sunma amacıyla düzenlenen ‘TÜSİAD Bu Gençlikte İŞ Var!’ yarışmasında bu yıl katılım rekoru kırıldı. Büyük Ödül, Gazi ve Hacettepe Üniversitesi öğrencilerinin oluşturduğu Taka ekibinin oldu.

TÜSİAD tarafından geleceğin genç girişimcilerine iş dünyasının deneyimlerini sunma amacıyla düzenlenen ‘Bu Gençlikte İş Var!’ yarışmasına bu yıl 74 il ve 161 üniversiteden bin 621 iş fikriyle 4 bin 268 genç başvurdu.

Jüriliğini TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Girişimcilik Yuvarlak Masası Lideri Murat Özyeğin, Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı, Allianz Türkiye CEO’su Aylin Somersan-Coqui ve yarışmanın ana sponsoru BASF Türkiye Genel Müdürü Rami Atikoğlu’nun yaptığı yarışmanın finaline ‘Anlatan Eller’, ‘Bkare’, ‘Ratonik’, ‘Taka’ ve ‘Tion’ olmak üzere beş ekip kaldı. Yarışmada sırasıyla ön eleme, eğitim kampı, TÜSİAD rehberleriyle çalışma ve yarı final etaplarını geçen bu beş ekip arasında ilk üç şöyle oluştu: Taka, Anlatan Eller ve Bkare…

Cinsel hastalıkların erken tanısında kaliteyi iyileştirmeyi ve doğru tedaviye hızla ulaşılmasını amaçlayan çözümleriyle ‘Taka’ ekibi (Gazi Üniversitesi Biyokimya öğrencisi Cansu Kabasakal ve Hacettepe Üniversitesi Biyomühendislik öğrencisi Saliha Nur Tanış), 75 bin liralık birincilik ödülünü kazandı.

Engelli ve sağır bireylerin eğitiminde fırsat eşitsizliğini gidermek için Türk İşaret Dili destekli online eğitim platformu çözümü sunan ‘Anlatan Eller’ ekibi (Anadolu Üniversitesi İnsan Kaynakları Yönetimi öğrencisi Açelya Sarıkaya ve İstanbul Üniversitesi Sivil Toplum Kuruluşları ve Sosyal Sorumluluk Yönetimi öğrencisi Pelin Baykan), 50 bin liralık ikincilik ödülünün sahibi oldu.

Gıdaları mikrofilm teknolojisiyle kaplayarak küflenme sorununa karşı geliştirdikleri doğal çözümle ‘Bkare’ ekibi (Erciyes Üniversitesi Tıp Anatomi öğrencisi Bahar Yılmaz ve Aksaray Üniversitesi Biyoteknoloji ve Moleküler Biyoloji öğrencisi Behlül Koç), 25 bin liralık üçüncülük ödülünü aldı.

TÜSİAD Başkanı Erol Bilecik’in açılış konuşmasıyla başlayan etkinlikte moderatörlüğünü Cem Seymen’in üstlendiği bir panel gerçekleştirildi. Panelde, yarışma finalinin jüri üyeliğini üstlenen Murat Özyeğin, Güler Sabancı, Aylin Somersan-Coqui ve Rami Atikoğlu, yarışmaya dair görüşlerini paylaştı.

Panelin ardından finalist ekipler sahne alarak jüri üyelerine projelerini sundu. Sunumlarının ardından başarılı bulunan ilk üç ekibe ödülleri takdim edildi. Törende ayrıca en fazla başvuru alınan İzmir Ekonomi Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi ve Fırat Üniversitesi rektörlerine birer plaket verildi.



Röportaj: Necati Kola



Erdal Tüfekçi

ODAĞIMIZDA KADIN VE ÇOCUKLAR VAR

150'den fazla mağazasıyla hizmet veren Onur Market, sektörün önde gelen yerli süpermarket zincirlerinden biri. Özen Perakende Grup Başkan Yardımcısı Erdal Tüfekçi ile Onur Market'in hikâyesini, ürün tedarik politikalarını, indirim kampanyalarını ve sosyal sorumluluk projelerini konuştuk.

Onur Market'in hikâyesiyle başlayalım isterseniz.

1996'da kurulduk. Özen Ailesi'nin köklü bir perakendecilik deneyimi var. Beyaz eşya, bakkaliye ve tekstil sektörlerinde... Perakende sektöründe daha da büyümek için market işine girdik. Ekonominin büyümesi ve organize perakende sektörünün hızla gelişmesiyle biz de kendimize yer edindik. İstanbul'un Avrupa yakasına, Trakya'ya ve Bursa'ya yayıldık. Bursa'daki Şaypa'nın 60'ı aşkın mağazasını satın alarak Marmara'nın önemli bir kısmına yayılmış olduk. Şu an İstanbul, Tekirdağ, Kırklareli, Edirne ve Bursa'nın il ve ilçelerinde 150'den fazla şubemiz var.

ÖZEN PERAKENDE GRUP BAŞKAN YARDIMCISI ERDAL TÜFEKÇİ: "TAZELİK, UCUZLUK VE KALİTE KADAR ÇOCUK VE KADINLARIMIZ DA ODAĞIMIZDA. BİZ HER AYIN 23'ÜNÜ 23 NİSAN GİBİ, HER AYIN 8'İNİ DE 8 MART DÜNYA KADINLAR GÜNÜ GİBİ KUTLUYORUZ."

Sektörde satın alımlarla büyümeyi çok görüyoruz. Size de teklifler geliyor mu?

Sektörün dinamizmi sürekli büyüme potansiyeline sahip. Doğal olarak şirketler de büyümek için bu tür iş birlikleri ya da satın almalar gerçekleştiriyor. Bize de teklifler geldi geçmişte. Bildiğiniz gibi Onurex'e gelen teklifi değerlendirdik ve Ülker'e sattık. Çünkü biz süpermarket konseptine daha fazla odaklanıp büyüme yolunu seçmiştik. Şimdi çok doğru bir iş yaptığımızı görüyoruz.

REKABETTE TAZELİK ÇOK ÖNEMLİ

Müşteri memnuniyeti için meyve ve sebzelerin ucuz ve taze olması çok önemli. Siz bunu nasıl sağlıyorsunuz?

Biz meyve ve sebzeyi, müşterilerimize 18 saatte



MUTLU MÜŞTERİMİZ İÇİN MUTLU ÇALIŞANIMIZ OLMALI

Personel seçimleriniz ve eğitimlerinizle ilgili bilgi verebilir misiniz?
Mutlu müşterimizin olması için mutlu çalışanımızın olması gerekiyor. Bünyemizdeki Özen Akademi ile çalışanlarımıza eğitimler veriyoruz. Grubumuzda yeni kuşaklarla ilgili çalışmalar yapıyoruz. Z kuşağının davranışlarını tahlil etmeye çalışıyoruz. Hem çalışanlarımız açısından hem de müşterilerimiz açısından... Personel yapımızda şuna da çok dikkat ediyoruz: Kültürel çokluluk... Her kültürden personelimizin olmasını zenginlik olarak görüyoruz. Ayrıca cinsiyet dağılımında eşitliği sağlamaya çalışıyoruz. Her kuşaktan çalışanımızın olmasını da çok önemsiyoruz. X öncesi ve X, Y, Z kuşaklarından çalışanlarımızın olmasını, bu sayede hem geleneklerin aktarılmasını hem de değişimlerin sağlanmasını arzuluyoruz.

ulaştırabilmenin mutluluğunu yaşıyoruz. Bunun için Antalya'da üretim ve depolama merkezlerimiz var. Depolama ve lojistiği tamamen bize ait Onursal Tarım adlı şirketimiz vasıtasıyla ürünlerimiz hale hiç uğramadan direkt rafa geliyor. Ayrıca Bursa, Bilecik ve Trakya'da da benzer üretim yerlerimiz ve iş birliği yaptığımız üreticiler var. Rekabette tazelik çok önemli. Ürünlerimizi taze ve ucuz şekilde müşterilerimize ulaştırıyoruz.

Et ürünleriyle ilgili ne tür bir çalışmanız var?

Monet markamızla helal kesim ilkelerine uyumlu et tesisimiz var. Danalarımızı Balıkesir yöresinden temin ediyoruz. Ürünleri tesisimizde el değmeden paketleyip taze olarak müşterilerimize ulaştırıyoruz. Unlu mamullerde de Rapata markamızla aynı şekilde hizmet veriyoruz.

İthal et, değişmeyen gündemlerimizden biri. Siz bu konuda ne düşünüyorsunuz?

Çözümün yerli üretimde, kooperatifçilikte olduğunu düşünüyoruz. Devlet politikalarının bu yönde değişeceğini umut ediyoruz. Ayrıca, ithal et konusunda haksızlığa uğradığımızı ifade etmek istiyorum. İki-üç firmaya ithal ucuz et satma yetkisi verilmesi haksız rekabettir. O anlamda kalbimiz kırık.

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK 5. PERAKENDECİSİ OLMAK İSTİYORUZ

Şubeleriniz Marmara Bölgesi'nde. Diğer bölgelere de açılma hedefiniz var mı?

Biz 2018 ve 2019'da verimliliğe odaklandık. Önceliğimiz, mevcut mağazalarımızı en etkin şekilde kullanmak, müşteri mutluluğunu da en üst seviyeye çıkarmak. Coğrafi olarak genişleme hedefimiz tabii ki var. Arzumuz, Türkiye'nin en büyük 5. perakendecisi olmak.

Müşteriler neden Onur Market'i tercih etmeli? Sizi farklı kılan özellikleriniz neler?

Bizim politikalarımızda discount (indirim) denilen konsept var. Sürekli rekabet ediyoruz. Raflarımıza markaların çeşitliliğini, ürünlerin alternatiflerini yansıtıyoruz. Ayrıca kampanyalar ve aktiviteler yapıyoruz. 'İkincisi 1 TL', 'ikincisi yüzde 50 indirimli', '41 üründe yüzde 41 indirim' gibi… Bir de biraz önce bahsettiğim gibi meyveyi, sebzeyi, şarküteri ürünlerini, unlu mamulleri ve et ürünlerimizi müşterilerimize en uygun fiyata taze olarak sunuyoruz. Bu yönlerimizle rakiplerimizin önüne geçiyoruz. Bizi rekabette öne çıkaracak özel markalarımız da var. Örneğin, paketleme tesisimiz var. Biz çok uygun fiyata aldığımız bakliyatı, şekeri, pirinci tesisimizde paketleyip Onur Bereket markamızla en ucuz şekilde müşterimize ulaştırıyoruz.

HER AYIN 23'ÜNÜ 23 NİSAN GİBİ KUTLUYORUZ

Çok sık kampanyalar yaptığınızı görüyoruz. Bunlardan bahsedebilir misiniz?
Biz alışverişin aynı zamanda eğlence olması için çeşitli aktiviteler yapıyoruz. Sinema ve maç biletleri gibi, indirimli pizza menüleri gibi... Bunun yanında toplumun sosyal duyarlılığının artması için projelerimiz de var. Okullara kitap topluyoruz. 'Atma, Tamir Olsun, Çocuklara Umut Olsun' diye bir projemiz var. Marketlerimizdeki oyuncak toplama kutularında biriken arızalı oyuncaklar tamir edilip ihtiyaç sahibi çocuklarla buluşuyor. Daha önce de kayıp çocuklarla ilgili bir çalışmamız olmuştu.

Kampanyalarınızın odağında çocuklar var yani.
Sadece çocuklar değil, kadınlar da var. Biz her ayın 23'ünü 23 Nisan gibi, her ayın 8'ini de 8 Mart Dünya Kadınlar Günü gibi kutluyoruz. Her ayın 23'ünde sağlıklı ve doğru olan ürünlerde yüzde 23 indirim yapıyoruz. 'Çocuktur, ver her şeyi yesin' anlayışına karşıyız. Ayrıca, çocuklarla ilgili kitap projelerimiz var. Çocukların umutlarını yeşertecek projelere imza atıyoruz. Yine ailemizin kurmuş olduğu Ayşe Hatun Özen Vakfı vasıtamızla çocuklarımıza burslar veriyoruz. Kadınlarımızın da toplumda önemli bir rollerinin olduğunu, güçlü kadının güçlü aile ve güçlü toplum oluşturacağını düşünüyoruz. İstihdamda kadınlara pozitif ayrımcılık uyguluyoruz. Marketlerimizde de kadınlara yönelik aktiviteler ve sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştiriyoruz.

Engellilerle ilgili de çalışmalarınız var mı?
Var. Omurilik Felçlileri Derneği ile iç içe çalışıyoruz. Engellilerin evde oturtularak onlara bir engel daha çıkarıldığını düşünüyoruz. Biz o engelleri kaldırıp onları topluma ve istihdama kazandırmaya çalışıyoruz. Tekerlekli sandalyeyle ilgili kampanyalara etkin şekilde katılıyoruz. 'Atma, Umut Olsun' adlı mavi kapak kampanyamızla toplumda duyarlılık oluşturmaya çalışıyoruz.

İNGİLİZCE BİLEN, MUTLU VE ÖZGÜVENLİ ÇOCUKLAR YETİŞTİRİYORUZ

Kültür Eğitim Kurumları Genel Koordinatörü Biriz Kutoğlu, "Kültür Koleji ve Kültür2000 Koleji'nin öncelikli tercih nedeni İngilizce eğitimidir. Bununla beraber mutlu ve özgüvenli çocuklar yetiştirmesi, öğrenciye bireysel ilgi göstermesidir." diyor.


Biriz Kutoğlu

Özel eğitim kurumları arasında en köklü kuruluşlardan biri, Kültür Eğitim Kurumları. Farklı eğitim sistemiyle adından söz ettiren Kültür Eğitim Kurumları'nın Genel Koordinatörü Biriz Kutoğlu, sorularımızı cevaplandırdı.

Öncelikle okullarınız hakkında bilgi alabilir miyiz? Ne zaman kuruldu, şu an hangi noktada?

Kültür Koleji, resmi olarak 58 yıllık bir geçmişe sahip. Ancak bir eğitim girişimi olarak 'Kültür'ün varlığı 1930'lara dayanıyor. 4 yaşından 18 yaşına kadar olan çocuk ve gençlere ileri teknolojiyle donatılmış ortamlarda nitelikli bir eğitim veriyor. Kültür Koleji ve Kültür2000 Koleji olmak üzere Ataköy ve Büyükçekmece yerleşkeleri bulunuyor.

Okullarınızı farklı kılan eğitim sisteminizle ilgili bilgi verebilir misiniz?

Kültür Koleji ve Kültür2000 Koleji'nin öncelikli tercih nedeni İngilizce eğitimidir. Bununla beraber mutlu ve özgüvenli çocuklar yetiştirmesi, öğrenciye bireysel ilgi göstermesidir. Eğitim sistemi, takipçiliği, güvenilir ve köklü bir kurum olması da artılarıdır. Üstün uluslararası standartlarda eğitim, güçlü akademik kadro, çok yönlü yetişen bireyler, 21. Yüzyıl'ın gerektirdiği donanımla yetişme, üstün akademik başarı, hedeflenen üst kuruma yerleştirmede başarı ve eğitime gönül vermiş bilinçli aile yönetimi Kültür Koleji'nin tercih edilme nedenleridir. Yabancı dilde eğitim veren ve hazırlık sınıfı bulunan Anadolu Liseleri hazırlık sınıfında 24 saat İngilizce dersiyle birlikte hazırlık, 9 ve 10. sınıflarda fizik, kimya, biyoloji ve matematik dersleri İngilizce yapılır. Lise eğitiminin ilk yıllarından itibaren fizik, kimya, biyoloji ve matematik dersleri, eğitim dili İngilizce olan üniversitelerden mezun öğretmen kadrosuyla İngilizce olarak aktif bir biçimde işlenir.



Ülke genelindeki sınavlar dikkate alındığında okulunuzun genel başarı durumu nasıl?

Sınava hazırlığın iki temel bileşeni var. Birincisi, öğrencinin iyi bir akademik eğitim alması, güçlü bir eğitim tabanına sahip olması. Bu sadece bir yıl gidilecek kursla elde edilecek bir birikim değil. Kültür, bunu yapıyor. Güçlü akademik eğitimi kazandırıyor. Bunun üzerine koyduğumuz yoğun sınav hazırlık sürecimizle birlikte başarılı olduğumuzu görüyoruz. Son iki yıldır üniversiteye yerleşim oranlarımız tam istediğimiz gibi. Mühendislik favori bölümler arasında. Daha önce tıpla mühendislik başa baş gidiyordu. Şimdi mühendislik, yazılım konularıyla birlikte öne geçti. Hukuk hep var, psikoloji yine ağırlıklı.

KÜGEM İLE EĞİTİM VE ÖĞRETMEN KALİTEMİZİ ARTIRIYORUZ

Öğretmen seçimleriniz ve akademik kadronuz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Öğretmenlerin hizmet öncesi eğitimleri sırasında iyi yetiştirilmeleri ve aldıkları eğitime uygun olarak kendi branşlarında çalışmaları, mesleklerini yerine getirmede önemli bir etken. Öğretmenlik mesleği ve öğretmen yetiştirme süreci, küreselleşmeyle birlikte bilgi birikiminin hızla artmasına, teknoloji ve yaşama bakış açılarının değişmesine paralel olarak farklı bir içerik kazanıyor. Kültür Koleji ve Kültür2000 Koleji, okullarındaki yönetsel ve operasyonel süreçlerin geliştirilmesine katkı sağlayacak hizmet içi eğitimler, paneller, söyleşiler, konferanslar ve etkinlikler hazırlayarak sonuçlarını değerlendiren KÜGEM (Kültür Koleji Eğitim ve Geliştirme Merkezi) programını geliştirmiştir. Yaz ve kış olarak ikiye ayrılan programlar birer ay sürüyor.

Şu an yöneticisi olduğunuz kuruma ne gibi yenilikler getirdiniz? Kurumu daha ileriye taşımak için ne gibi çalışmalar yaptınız ve yapıyorsunuz?

10-16 yaş çocuk ve gençlere hitap eden ve Haziran 2017'de yayın hayatına başlayan İnovasyon Kültürü dergisi, öne çıkan en büyük projelerimizden birdir. Ayrıca, 2016'da 'Da Vinci İnovasyon Merkezi' ve 'Kültür2000 İnovasyon Merkezi', 2017'de 'Kültür Koleji Bilim Merkezi' ve 'Kültür2000 Koleji Bilim Merkezi' kuruluşları projelendirildi ve hayata geçirildi.
2016'da eğitsel amaçlı bir öğrenci projesi olarak yola çıkan ve internet üzerinden 7/24 yayın yapan Radyo Kültür kuruldu.





BAHÇEŞEHİR KOLEJİ'NDE DERSLERE ROBOT ASİSTAN GİRECEK

FİNLANDİYA'DA TASARLANAN VE 23 DİLDE KONUŞABİLEN ROBOT ÖĞRETMEN 'ELIAS', TÜRKİYE'DE ÖĞRENCİLERLE BULUŞTU. BAHÇEŞEHİR UĞUR EĞİTİM KURUMLARI BAŞKANI ENVER YÜCEL, DÜNYADA FİNLANDİYA'DAN SONRA BU TEKNOLOJİYİ EĞİTİM SİSTEMİNDE KULLANAN İLK KURUM OLDUKLARINI BELİRTTİ.

Dünya kamuoyunun ilgisini çeken, Finlandiya'da tasarlanan ve 23 dilde konuşabilen robot öğretmen 'Elias', Türkiye'de öğrencilerle buluştu. Bahçeşehir Koleji'nin eğitim teknolojileri geliştirme projesi olarak ülkemizde de asistan olarak derslere katılacak olan 'Elias', okul öncesi ve ilkokul seviyesinde öğrencilerin yabancı dil eğitimine adaptasyonunu artıracak. Dünyada Finlandiya'dan sonra bu teknolojiyi eğitim sisteminde kullanan ilk kurum olduklarını belirten Bahçeşehir Uğur Eğitim Kurumları Başkanı Enver Yücel, 'Elias'ın gelecek eğitim-öğretim yılından itibaren kurum bünyesindeki pilot okullarda öğrencilerle buluşacağını söyledi.





Değişen eğitim teknolojisindeki en yeni gelişmeleri dünyayla aynı anda öğretimine dahil eden Bahçeşehir Koleji, öğrencilerini yakın geleceğin yetişkinlerinin sahip olması gereken en önemli zihinsel araçlardan biri olan kodlamayla erken yaşlarda tanıştırıyor ve onun getireceği algoritmik (sistematik) düşünme becerisine sahip bireyler yetiştiriyor. Türkiye'de uyguladığı okul öncesi kodlama dersleri, Kişiye Özgü Öğretim Modeli (KÖM) ve STEM +A gibi eğitim modelleriyle müfredata da yön veren Bahçeşehir Koleji'nin yeni projesi, asistan robot öğretmen oldu.

Finlandiya'da öğretmen olarak işe alınan, 23 dil bilen, mobil bir uygulamayla sınıfın dili ve öğrencilerin düzeyine göre ayarlanabilen robot öğretmen Elias, eğitim teknolojilerinde gelişimin en somut örneği olarak dünya kamuoyunun gündeminde yer alıyor. Dünya üzerinde köklü bir değişime giden eğitim sisteminin yakın takipçisi olan Bahçeşehir Koleji, yaptığı işbirliğiyle Elias'ı öğrencileriyle buluşturacak.

FABRİKASYON EĞİTİM KALIPLARI BAŞARISINI YİTİRDİ

Dünyada eğitim teknolojilerindeki gelişimle kişiye özgü eğitim modellerinin her geçen gün daha da önem kazandığının altını çizen Bahçeşehir Uğur Eğitim Kurumları Başkanı Enver Yücel, Elias'ın gelecek eğitim-öğretim yılında Bahçeşehir Koleji bünyesindeki 4-5 pilot okulda öğrencilerle buluşacağını ifade etti: "Eğitim sistemi kökünden bir değişim yaşıyor ve aslında değişmeli de... Yeni eğitim anlayışında ders, sadece sınıflarda değil, her yerde yapılıyor. Fabrikasyon eğitim kalıpları başarısını yitirdi. Eğitim teknolojileri sayesinde kişiye özgü eğitim modelleri her geçen gün gelişecek. Genel tabloya bakarsak bu robot bugün çok küçük bir örnek. Asıl görülmesi ve kaçırılmaması gereken büyük resim ise eğitim sisteminde yakın zamanda yaşanan ve yaşanacak olan değişimdir. Ülke olarak bunun gerisinde kalamayız."

PAKKAN OKULLARI ÖRNEK BİR EĞİTİM YUVASI OLACAK


Yasemin Pakkan

EYLÜLDE İSTANBUL BEYKOZ'DA KAPILARINI AÇACAK OLAN PAKKAN OKULLARI'NIN KURUCUSU YASEMİN PAKKAN, "OKULUMU ÖRNEK BİR EĞİTİM YUVASI YAPMAK İSTİYORUM. KÜÇÜCÜK AMA ÖRNEK BİR OKUL." DİYOR.

Eğitim sisteminin büyük eleştiri aldığı ülkemizde özel okulların sayısı her geçen gün artıyor. Yakında kapılarını açmaya hazırlanan özel okullardan biri de Pakkan Okulları. İstanbul Beykoz'da hizmete girecek olan bu eğitim kurumunun kurucusu, Yasemin Pakkan. 1974'te başladığı öğretmenlik sevdasından hiçbir zaman vazgeçmeyen Yasemin Hanım ile hem kendi hikâyesini hem de farklı bir eğitim sisteminin uygulanacağı okulu konuştuk.

Öğretmenlik sevdanız nasıl başladı?

Devlet parasız yatılı olarak okudum ben. 1974'te öğretmen okulundan mezun olduktan sonra asla öğretmen olmak istemiyordum. Üniversite sınavında yüksek bir puan alayım ve mümkünse tıp olsun derken hukuku kazandım. Hukuk Fakültesi'nde devam mecburiyeti olmayınca aynı zamanda öğretmenlik yapmaya başladım. Öğretmenlik yaparken tekrar sınava girerek tıbbı kovaladım ama olmadı. Öğretmenlik zamanla tutku haline dönüştü. Öğrencilerle aramda özel bir bağ oluşuyordu. İşimi çok seviyordum.

İlk öğretmenlik döneminiz nasıldı?

Öğretmenliğe 18 yaşımdayken küçücük bir okulda başladım. 18 çocuk verdiler bana. Zor çocuklardı. Diğer sınıfın öğretmeni müdür beyin kızıydı ve en rahat çocukları o almıştı. Ben çocuklarla dersleri hep dışarıda işledim. Dışarıda ders anlatmaya bayılırdım. Bu çocuklarla 3, 4 ve 5. sınıfı bitirdik. Bu 18 çocuğun 8'i Galatasaray Lisesi'ni kazandı. Bu, hayatımda dönüm noktası oldu. Fark edilmek güzel bir duygu. Sonra özel okullar beni almak istedi. Şişli Terakki'yi seçtim. Uzun zaman çalıştım.



O zor çocuklar sizin için büyük bir tecrübe mi oldu?

O zor çocuklar, bana öğretmenliği öğretti. Geçenlerde onlardan biri beni aradı. Psikiyatrist şu anda ve 51 yaşında. 'Öğretmenim, sizi çok özledim, görmek istiyorum.' dedi. O yaşta 'öğretmenim' diye beni araması çok güzel bir duygu.

40 KİŞİLİK MUHTEŞEM BİR EKİBİMİZ VAR

Özel okul açma fikri nasıl oluştu?

43 yıllık öğretmenliğimden sonra, öğretmenlikten daha büyük bir görevim var diye düşünüyorum. Dersane, kurs ve etüt merkezinden sonra okulculuğa doğru açıldık. Okullarda öğretmen yetiştirmenin ve öğretmen eğitiminin değer kazanmasını istiyorum. Ben de dahil olmak üzere kendimizi geliştirmezsek, mevcut bilgi-



mizle, aynı tarz, prototip çocuklar yetiştiririz. Dünya değişti, eğitim sistemleri değişti. Ben şimdi artık 43 yılın sonunda okul içi ve okul dışı çocuklardan öğrendiğim her şeyi bir araya getirerek hem öğretmen eğitimi yapmak istiyorum hem de okulumu örnek bir eğitim yuvası yapmak istiyorum. Küçücük ama örnek bir okul…

Yeni açacağınız okul nerede?

Okulumuz Beykoz'da, yeşillikler içinde. Hemen yanında Türk-Alman Üniversitesi var. O kadar güzel bir yerde ki… Üniversitenin eski binalarını kiraladık. Onlar büyük binalarına geçtiler. Bizim kiraladığımız yatay ve çok güzel binalar. Bu iki güzel binayı Milli Eğitim Bakanlığı'nın mevzuatları çerçevesinde ilkokul ve ortaokul haline getirip eylülde kapılarımızı açmayı planlıyoruz. Şu an son hazırlıklar yapılıyor.

Ekibinizle ilgili bilgi alabilir miyiz?

Yerli-yabancı 40 kişilik muhteşem bir ekibimiz var. Çoğu daha önce birlikte çalıştığımız öğretmenler. Mesleğini seven, kendini yetiştirmiş, doğayı, çocukları, hayvanları seven eğiticiler bulmaya çalıştım. Bence başardım.

Daha önce tanımadığınız öğretmenleri nasıl seçtiniz?

Değerlerimizin aynı olduğunu hissettiğimiz öğretmenlerle bağlantı kurduk. Üç görüşme yaptık. Bu üç görüşmede bizden beklentilerini değil, bize ne vereceklerini anlattılar. Ben gelir gelmez şunu çok doğru bulmuyorum: Şu kadar yıllık öğretmenim, branşım şu, sizinle çalışmak istiyorum, ne kadar maaş alacağım? Görüşmede bunları söyleyenler var. Bir de yaptıklarını gösterip yapacakları konusunda da eğitilmeye müsait olanlar var. Elbette her öğretmene özlük hakları verilecek. Ama öğretmen ne alacağını değil, ne vereceğini düşünerek gelmeli.

YAŞAYAN BİR BİNA, YAŞAYAN BİR BAHÇE

Kontenjanınız kaç olacak?

Çok kalabalık bir okul olmayacağız. 576 kontenjanımız var. Her sınıftan üçer şube olacak. Her sınıfta da 18 öğrenci olacak.

Öğretmenlerinizi seçerken neleri önemsediniz?

İlk olarak şunları önemsedim: Hayata nasıl bakıyor, bildikleri mi kullanmak istiyor yoksa eğitime hazır mı? Ben öğretmen eğitimi yapacağım. 'Ben zaten biliyorum' diyen bir zihniyet olmadım, olmalarını da istemiyorum öğretmenlerimin. Her gün yeni bir şey öğreniyoruz. Dolayısıyla yeniliğe açık, eğitime açık öğretmenler olmasını istedim.

Nasıl bir okul ve nasıl bir öğretmen istiyorsunuz?

Yaşayan bir bina, yaşayan bir bahçe istiyorum. Hayata bakışımız, çocukların tamamen keyif alacağı, onlara ileride ihtiyaçları doğrultusunda her şeyi verecek bir çalışma ortamı sağlamak. Şu anda domatesler, biberler, patlıcanlar ekildi, çocukları bekliyor. Çapalarını yapacaklar, toplayacaklar, belki bir gün öğleden sonrayı tamamen bahçede geçirecekler. Her gün en az iki dersi bahçede yapacaklar. Öğretmenlerimiz çocuk öncelikli çalışacak. Dersimizi verelim, öğretmenler odasına çekilip kahve içelim tarzı bir çalışmamız olmayacak. Biz çocuklarla 8 saat baş başa olacağız. Bizim görevimiz çocuklarla aynı mesafede, ayakta durmadan bazen, oturarak, onlarla aynı boyda onları dinlemek. Onları dinleyen, onlara yol açan, her an onları düşünen ve onların koçu olan öğretmenler istiyorum.

EĞİTİM SİSTEMİMİZ, YAPILANDIRMACI YAKLAŞIM ÜZERİNE KURULU

Pakkan Okulları'nın eğitim sistemi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Eğitim sistemimiz, yapılandırmacı yaklaşım üzerine kuruluyor. Yapılandırmacı yaklaşım, merkezinde öğrenenlerin olduğu ve kendi öğrenmelerinin sorumluluğunu aldıkları, aktif katılımcıların olduğu bir sistem. Tabii burada öğrenenler derken öğrencileri, öğretmenleri, ebeveynleri kapsayan geniş bir topluluktan bahsediyoruz. Öğrenmenin bir süreç ve yolculuk olduğu bilinciyle, tüm öğrenenlerin sosyal, zihinsel, bilişsel, fiziksel gelişimlerini ve sahip oldukları kapasiteyi en üst seviye çıkarmak için zengin öğrenme ortamları yaratmayı hedefliyoruz. Sahip oldukları bilgileri, yeni bilgilerle birleştirrek kendi yorumlarını, anlamlarını oluşturmalarını sağlayacak şekilde planlarımızı yapıyoruz. Bilginin evrensel bağlamda geçerli ve değerli olduğundan hereketle, ulaslararası bakış açısına sahip dünya vatandaşlarının yetişeceği bir ortamın hazırlığı içindeyiz. Kampüsümüzde bu yaklaşımın her yerde yaşıyor ve hissediliyor olmasını hedefliyoruz.

MÜŞTERİLERİMİZE EN İYİ ÇÖZÜMÜ SUNMAYA DEVAM EDECEĞİZ

Yapı Kredi Leasing Genel Müdürü Fatih Torun: "İmalatın her aşamasında yer alıyoruz. 2018'de de kampanyalarımızı devam ettirip müşterilerimize en iyi çözümü sunmaya devam edeceğiz.

Yapı Kredi Leasing Genel Müdürü Fatih Torun, üretim makinaları ve ekipmanları leasingi ile ilgili sorularımızı cevapladı.

Üretim makinaları ve ekipmanları leasingi ürünlerinizle ilgili bilgi verebilir misiniz?

Makine sektörü, sahip olduğu önemli payla Türkiye'nin lokomotif sektörleri arasında. Sektör, üretim yapmanın yanında inşaat, enerji, tekstil gibi sektörlere de girdi sağlayarak üretimin gelişiminde kilit rol oynuyor. 2017'de makine ve ekipmanların leasing sektörü toplam işlem hacminin yüzde 20'sini, tekstil makinelerinin yüzde 7'sini, metal işleme makinelerinin yüzde 7'sini oluşturduğunu görüyoruz. 2018'de de makine sektörünü desteklemeye, ekonominin büyümesine yardımcı olmaya devam edeceğiz.

Daha çok hangi makine ve ekipmanları finanse ediyorsunuz?

İmalatın her aşamasında yer alıyoruz. Konvansiyonel torna tezgâhlarından lazer kesim tezgâhlarına, metal işleme makinelerinden preslere kadar tüm makineleri finanse ediyoruz. Özellikle bu sektörde yeni teknolojilerin kullanılarak verimliliğin ve üretimin artırılması bizi heyecanlandırıyor. 2018'de makine sektöründeki üreticiler ve distribütörlerle yaptığımız kampanyalarımızı devam ettirip müşterilerimize olabilecek en iyi çözümü sunmaya devam edeceğiz. Rüzgar ve güneş gibi yenilenebilir enerji projelerini de desteklemeye devam edeceğiz.

Müşterileriniz, yüzde 1 KDV avantajından nasıl yararlanabilir?

Yüzde 1 KDV avantajından yararlanabilmek için kullanılmamış ekipmanların leasingle finansmanının yapılması yeterli oluyor.

Üretim makinelerini ve ekipmanlarını leasing ile almak, şirketlere ne tür avantajlar sağlıyor?

Leasing ile firmalar, uzun vadeli finansman ve kira vadesi boyunca sabit taksit ödeme olanağından faydalanabiliyor. Projenin kendini geri ödemesine ve/veya şirketin genel nakit akışına uygun esnek geri ödeme planı seçeneklerini tercih edebiliyor. Yapı Kredi Leasing olarak ayrıca sezonsal ödeme planları ve satıcı iş birliklerimizle ödemesiz dönem de sunuyoruz. Sözleşme süresince ekipman mülkiyetinin leasing şirketi üzerinde kalması sayesinde firmalar, asgari teminatlarla uzun vadeli finansman imkânından yararlanabiliyor. Diğer yandan, leasing işlemine ilişkin tüm satın alma, ithalat, yükleme, akreditif, transfer gibi işlemlerin uzman kadrolar tarafından yönetilmesi sayesinde operasyonel kolaylık imkanına kavuşuyor. Ayrıca kira süresi sonunda kiralanan mal veya ekipmanı, dönem sonunda sembolik bir bedelle satın alabiliyor. Bununla birlikte KDV avantajı sebebiyle yatırımın hemen ilk gününden itibaren maliyet avantajı sağlıyorlar. İş ve inşaat makineleri leasingini tercih eden müşterilerimiz leasingin tüm avantajlarından yararlanabiliyor.


Fatih Torun

2017 nasıl bir yıldı sizin için? 2018 hedefleriniz neler?

2017, bizim için teknoloji yatırımlarını artırdığımız bir yıl oldu. Web sitemizi kullanıcıların talep ve beklentilerini göz önüne alarak yeniledik. Finansal sonuçlarımıza baktığımızda ise 2017'de 10.8 milyar TL leasing alacağıyla yüzde 20,7 pazar payına ulaştık. Müşterilerimizle 3 bin 227 adet sözleşme yaparak 4.1 milyar TL yeni işlem hacmi yarattık ve önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 33 büyüdük. 2018'de de tüm faaliyetlerimizle üretim artışını desteklemeye, istihdama katkı sağlamaya devam edeceğiz.

ÜRETİM MAKİNALARI VE YENİLENEBİLİR ENERJİ SEKTÖRÜ ÖNCELİĞİMİZ OLACAK

2017 YILINI BAŞARILI BİR ŞEKİLDE GERİDE BIRAKTIKLARINI BELİRTEN BURGAN LEASING GENEL MÜDÜRÜ CÜNEYT AKPINAR, "BU SENE KOBİ'LERİN İHTİYACINA YÖNELİK ÜRETİM MAKİNALARI VE YENİLENEBİLİR ENERJİ SEKTÖRÜ ÖNCELİKLİ KONULARIMIZ OLACAK." DİYOR.


Cüneyt Akpınar

Kurulduğu 1994 yılından bu yana faaliyetlerini başarıyla sürdüren Burgan Leasing'in Genel Müdürü Cüneyt Akpınar ile ürün ve hizmetlerini konuştuk.

Hangi alanlarda leasing işlemleri gerçekleştiriyorsunuz?
Burgan Leasing olarak gayrimenkullerin büyük oranda refinansmanının yapıldığı sat- geri kirala işlemlerinin yanında üretim ve iş makinaları, sağlık ve yenilenebilir enerji gibi pek çok alanda leasing işlemleri gerçekleştiriyoruz. Ekonomik konjonktür çerçevesinde pazarı analiz ederek belirli ekipmanlara, dolayısıyla ilgili sektörlere odaklanıyoruz.

Bu sene öncelikli konularınız neler olacak?
Bu sene özellikle sat- geri kirala, KOBİ'lerin ihtiyacına yönelik üretim makinaları ve yenilenebilir enerji sektörü öncelikli konularımız olacak. Ayrıca, operasyonel kiralama kapsamında araç kiralama sektöründe işlemlere başlamış bulunmaktayız. Sektör için niş olan bu ürünü geliştirmeyi ve diğer sektörlerde de faaliyeti genişletmeyi amaçlıyoruz.

İŞLEM HACMİMİZİN DÖRTTE BİRİ SAT-GERİ KİRALA İŞLEMLERİNDEN OLUŞUYOR

Ürün tabanlı baktığımızda, portföyünüzün en önemli kısmını ne oluşturuyor?
Ürün tabanlı baktığımızda, portföyümüzün önemli bir kısmını gayrimenkul leasingi ve sat-geri kirala oluşturuyor. Sat-geri kirala, şirketler için son derece cazip bir fonlama aracı. Hem uzun vadeli ve sabit faizli bir kaynak yaratılmış oluyor hem de işleme konu edilen varlık, gerçek değerine ulaşıyor. Bu işlemin sonucunda bilanço, olması gereken büyüklüğe taşınıyor. Şu an sektörde işlem hacminin yaklaşık dörtte biri sat-geri kirala işlemlerinden oluşmakta. Burgan Leasing olarak biz de küçük işletmelerden büyük holdinglere kadar pek çok kurum için bu hizmeti veriyoruz.

2017 yılı Burgan Leasing için nasıl geçti?
Hızlı, çözüm odaklı yaklaşımımız ve işlem kalitemiz sayesinde 2017 yılını başarılı rakamlarla geride bıraktık. Hem dünyada hem de ülkemiz özelinde yoğun ve belirsiz geçen piyasa koşullarına rağmen geleneğimizi bozmayarak sektörün üzerinde büyüme kat ettik.

2018 ile ilgili beklentileriniz neler?
Kontrol mekanizmasını en üst seviyede tutarak ve verim artırıcı unsurları hayata geçirmeye devam ederek, büyümeye, daha da önemlisi sağlıklı büyümeye devam edeceğimizi ön görüyorum. Doğru yatırımları doğru modelle finanse ederek büyümeyi ve kârlılığı sürdürebiliriz diye düşünüyorum.

QNB FİNANSBANK
DİJİTALLEŞMEDE HEP ÖNCÜ OLDU

Bilgi teknolojileri konusunda rakiplerinden önde olduklarını belirten QNB Finansbank Bilgi Teknolojileri ve İş Geliştirme Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Kürşad Demirkol, "Türkiye'de ilk olacak projeler üzerinde çalışmaya devam ediyoruz." diyor.

Günümüzde hızla gelişen bilgi teknolojilerini en çok kullanan sektörlerin başında bankacılık geliyor. Bankalar arasında da QNB Finansbank dikkat çekiyor. Hatta bankanın bilgi teknolojileri için kurulmuş ayrı bir şirketi bile bulunuyor. QNB Finansbank Bilgi Teknolojileri, Operasyon, Kanallar ve İş Geliştirme Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Kürşad Demirkol, sorularımızı yanıtladı.

Bilgi teknolojilerine büyük önem veren QNB Finansbank'ın bu alandaki çalışmalarını IBTech yapıyor. IBTech hakkında bilgi alabilir miyiz?

IBTech, 2005'te kurulmuş, QNB Finansbank ve iştiraklerine yazılım ürünleri geliştiren ve bankanın bilgi teknolojileri altyapısını işleten teknoloji şirketi. Milyonlarca müşterimize hizmet veren temel bankacılık uygulaması ve bu uygulamayla entegre çalışan internet, mobil bankacılık, çağrı merkezi, ATM gibi kanallarımızla saha personel uygulamaları gibi yüzlerce farklı uygulama IBTECH tarafından yazılıyor ve iş ihtiyaçları doğrultusunda sürekli geliştiriliyor. Tüm bu uygulamalarımız kesintisiz hizmet veriyor. Bunların yanında, 800 çalışanımızla müşterilerimizin ihtiyaçlarına en uygun çözümleri sunmak için en güncel teknolojileri araştırıyor ve rekabette önemli fark yaratan çözümler olarak QNB Finansbank ve iştiraklerimize sunuyoruz.


Mehmet Kürşad Demirkol

QNB Finansbank'ın yapay zeka ve bulut teknolojisiyle geliştirdiği ürün ve hizmetlerden bahsedebilir misiniz?

Yapay zekayle ilgili çok sayıda uygulama geliştirmiş durumdayız. Birkaç örnek vermek gerekirse; sunucu ve uygulama loglarında bir anomali varsa bunu tespit edip önlem alıyoruz. Kullanıcılarımızın ilettiği mesajlar üzerinde makine öğrenmesi yöntemleriyle sınıflandırma yapıp metnin hangi konuyla ilgili olduğunu tespit ediyoruz. Böylece kullanıcılarımızdan gelen problem kaydı konuyla ilgili en uygun ekibe atanıyor. Dijital olarak gelen bir talimatta müşterimizin imza varlığını tespit edip iş süreçlerimize uygun akışlara yönlendiriyoruz. Çağrı merkezimizde uygulamada olan doğal dil işleme teknolojisiyle ilgili projelerimiz de var. Müşterilerimiz, yapmak istediği işlemi birkaç kelimeyle dile getiriyor ve bu konuyla ilgili menüye ulaşmak için anonsları dinlemeden, herhangi bir tuşlama yapmadan direkt ilgili menüye aktarılabiliyor. Yakında devreye alacağımız bir diğer hizmetimizde ise müşterilerimiz online kanallarımızda robot yazılımlarla konuşarak işlemlerini gerçekleştirebilecek.

QNB Finansbank'ın bilgi teknolojileri konusunda rakiplerinden farklı ve önde olduğu yazılım ve uygulamalardan bahseder misiniz?

Birçok örnek verebiliriz. Örneğin, Enpara.Com, Ekim 2012'de QNB Finansbank tarafından kurulan ve tüm altyapısı ve geliştirmeleri IBTECH tarafından sağlanan, tüm bankacılık hizmetlerini sadece dijital kanallar üzerinden sunan ve bugün yüzbinlerce 'mutlu' müşterisi olan Türkiye'nin ilk şubesiz dijital bankası. Dijitalleşmede başka alanlarda da öncü olduk. Örneğin, müşterilerimiz herhangi bir ürün başvurusunda sayfalarca ıslak imza atmak yerine, cep telefonlarından dokümanlarını görebiliyor ve anında onay verebiliyor. Son örnek olarak, KrediGo markasıyla yine Türkiye'de bir ilk olan kredi başvuru uygulamasını çok kısa bir sürede devreye aldık. Bugün de yine yakın zamanda bitirmeyi hedeflediğimiz ve Türkiye'de ilk olacak projeler üzerinde çalışıyoruz.



BİRİNCİLİK YAPIMIZDA VAR.
Güçlü sermayemiz, akılcı çözümlerimiz ve uzman kadromuzla tam 9 yıldır sektör lideriyiz.
En iyilerle çalışmak isteyen herkesi Yapı Kredi Leasing'e bekleriz!
9 YILDIR SEKTÖR LİDERİ
ykleasing.com.tr | 0212 339 90 00
YapıKredi Leasing

TÜRKİYE FİNANS'TA LOGODAN DİJİTALE YENİ BİR DÖNEM

Türkiye Finans, 'Hayata Katılım Bankası' stratejisini hayata geçirerek kurumsal kimliğini yeniledi. Logosunu değiştiren Türkiye Finans'ın web sitesi, internet bankacılığı ve mobil şubesi de değişimin bir parçası olarak yepyeni bir görünüme kavuştu.

Türkiye Finans, kurumsal kimliğini 'Hayata Katılım Bankası' söylemiyle yeniledi. Türkiye Finans Genel Müdürü Wael Raies, 2017'den bu yana Türkiye Finans'ın yeni stratejik temellerini rasyonel ve sürdürülebilir bir yaklaşımla inşa ettiklerini dile getirdi. Raies, "Türkiye Finans'ta herkesin bankası olma hedefiyle, en iyi ve modern hizmeti sunmak, geliştirdiğimiz yenilikçi ürünlerle, teknolojinin hayatları kolaylaştırması için çalışıyoruz. Çalışma arkadaşlarımla hayata dair her konuda, müşterilerimizin ve toplumun yanında olmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Yepyeni bir döneme yeni kurumsal kimliğimiz ve yeni sloganımızla adım atıyoruz." dedi.

Banka olarak hedeflerinin başında en iyi müşteri deneyimine ulaşmak ve beklentileri aşan ürünler sunmanın geldiğini belirten Raies, "Hayata katılım stratejisi, çalışanlarımızın topluma ve Türkiye'ye katılımını da artıracaktır. Yenilediğimiz kurumsal kimliğimiz ve stratejik yaklaşımımızın güncel rekabet koşullarında bankamızı daha da ileriye taşıyarak sadece Türkiye Finans'a değil, katılım bankacılığı dünyasına da büyük bir katma değer sağlayacağına inanıyorum." diye konuştu.

A'DAN Z'YE HER ŞEY YENİLENDİ

Türkiye Finans, 'Hayat Katılım Bankası' stratejisini ve yenilenen kurumsal kimliğini logo değişimiyle başlattı. Rengi ve yazı karakteri değişen banka logosu mint yeşili tonlarında çok daha modern bir tasarımla hayat buldu. Değişimin şubelerle devam ettiği yeni kurumsal kimlik çalışmasında, şubelerin ön cephesi ve ATM'ler, modern ve özgün çizgilerle yeni stratejiyi destekleyecek şekilde yeniden tasarlandı. Yanı sıra Türkiye Finans'a ait tüm banka kartlarının da görünümleri de yenilendi.


Wael Raies

Türkiye Finans'ın web sitesi, internet bankacılığı ve mobil şubesi de değişimin bir parçası olarak yepyeni bir görünüme kavuştu. Web sitesinin tüm ara yüzleri, yeni ve modern kimliğe uygun olarak, kullanım kolaylığı ön plana çıkarılarak tüm cihazlara uyumlu bir şekilde müşterilerin beğenisine sunuldu. Engelli bireylerin Türkiye Finans'ın dijital bankacılık hizmetlerine erişimini kolaylaştıracak teknolojik özellikler de bu dönüşüm sırasında yeni özelliklerle hayata geçirildi.



SON DİJİTAL İNOVASYONLARI HIZLA UYGULAMALIYIZ

TEB Tedarik Direktörü Arda Polat, bu yılki teması dijital dönüşüm olan TEB Tedarikçi Günü ile ilgili sorularımızı cevapladı.

TEB Tedarikçi Günü 2018 organizasyonu hakkında bilgi verir misiniz? Nasıl geçti?

Bu sene 8. kez gerçekleştirdiğimiz TEB Tedarikçi Günü'nde çözüm ortağı olarak gördüğümüz tedarikçilerimizle bir araya gelerek ilişkilerimizi güçlendiriyor, ödül töreniyle de onları takdir ettiğimizi gösteriyoruz. Banka olarak verimliliğimiz, güvenilirliğimiz, ürün ve hizmetlerimizin kalitesi, tedarikçilerimizin bize sunduğu hizmetlerin güvenilirliği ve hizmet kalitesiyle doğrudan bağlantılı. Tam da bu nedenle, tedarikçilerimizle ilişkimizi hiçbir zaman salt ticari temelde ve tek taraflı görmedik. Tersine, her iki tarafın da verimliliğini en üst düzeye yükselten, her iki tarafa da kazandıran bir ilişki olarak gördük.

TEB Tedarikçi Günü'nün bu yılki teması neydi?

Tedarikçilerimizden aldığımız geri dönüşle bu yılki tema dijital dönüşümdü. Dünya gittikçe daha fazla dijitalleşiyor. Dijitalleşme yalnızca müşterilerimize sunduğumuz hizmetleri değil, iş ortaklarımızla iş yapma biçimlerimizi de değiştiriyor. Eski yöntemlerin yerini, ileri teknolojinin bize sağladığı yeni imkanlar alıyor. İş süreçlerimiz değişiyor, veri tabanlı, çevrim içi, ağ bağlantılı uygulamalar bürokrasiyi ortadan kaldırıyor, işimizi hızlandırıyor, kolaylaştırıyor. Alışılmış, geleneksel sistemlerin yerini yeni teknolojik uygulamalar alıyor. Bankalar için, sadece müşteri değil, tüm paydaşları da kapsayacak uygulamaların devreye girmesi gerekiyor. Blockchain, yapay zeka, makine öğrenimi gibi en son dijital inovasyonları hızla uygulamaya almanın önemi giderek artıyor.

> **TEB Tedarik Direktörü Arda Polat: "Bankalar için Blockchain, yapay zeka, makine öğrenimi gibi en son dijital inovasyonları hızla uygulamaya almanın önemi giderek artıyor."**

Etkinliğinizde kimler konuşma yaptı?

15 Mayıs Salı günü gerçekleştirdiğimiz etkinliğimizde, hayatımızın her alanına işleyen dijital dönüşümü detaylarıyla ele aldık. Etkinliğimizde TEB Bireysel ve Yıldız Bankacılık Yatırım Yönetim Müdürü İlker Göktaş 'Güncel Piyasalar', TEB Dijital Bankacılık Kanal Geliştirme Müdürü Halil Özcan da 'Dijital Dönüşümün Neresindeyiz' başlıklı sunumlar yaptı. Ayrıca Levent Erden'in moderatörlüğünde gerçekleştirdiğimiz 'Dijital Dönüşüm' panelinde ise TEB KOBİ Bankacılığı Kıdemli Genel Müdür Yardımcısı ve Genel Müdür Vekili Turgut Boz, Zorlu Ventures Genel Müdürü Metin Salt ve Akinon CEO'su Tolga Tatari, geçmişten günümüze dijital dönüşüm ve bu dönüşümün geleceği nasıl şekillendireceğini tartıştı. Son bölümde ise Levent Erden, 'Nereye Nasıl Dönüşüyoruz' konulu bir sunum gerçekleştirdi. Etkinliğimizle ilgili hem tedarikçilerimizden hem de iş kollarımızdan çok olumlu geri dönüşler alıyoruz.

Tedarikçilerinizle ilişkilerinizde hangi kriterlere ve stratejilere önem veriyorsunuz?

Tedarikçilerimizle bir bütünün parçaları olduğumuza inanıyoruz. Sektörde inovasyonda öncü, girişimci bir banka olarak çok sayıda başarılı projeye tedarikçilerimizin de desteğiyle imza attık. Tedarikçilerimizle uzun soluklu, aynı kültür ve yaklaşımı paylaştığımız, şeffaflık, güven ve saygınlığa dayanan bir ilişki kurmayı hedefliyoruz. Tedarikçilerimize değer katmak bizim için çok önemli. 8 yıldır düzenlediğimiz TEB Tedarikçi Günü etkinliklerimiz de bu amaca hizmet ediyor, ilişkilerimizi perçinliyor.



KUVEYT TÜRK HACKATHON'UN BİRİNCİSİ ONLINE TAHSİLAT SİSTEMİ HERKOD

Kuveyt Türk'ün 'FinTech' temasıyla ikincisini düzenlediği yazılım yarışması Hackathon sonuçlandı. Bu yıl yüze yakın uzmanın 25 projeyle katıldığı yarışmanın birinciliğini Herkod adlı proje kazandı. Birinci olan projeye 20 bin TL para ödülü takdim edildi.

Kuveyt Türk'ün yazılım projelerinin geliştirilmesi amacıyla düzenlediği Hackathon yarışması, FinTech (Finansal Teknolojiler) temasıyla gerçekleştirildi. Başta alternatif ödeme çözümleri ve sosyal medya deneyimli mobil uygulama konuları olmak üzere finansal teknolojiler alanında inovatif fikirler sunmak isteyen herkese açık olan Kuveyt Türk Hackathon'da birinciliğe online tahsilat sistemi olan Herkod adlı proje layık görüldü.

Bu yıl 400'e yakın başvuru arasından seçilen yüze yakın yarışmacının katıldığı yarışmanın ikincisi Augmented Cube, üçüncüsü ise Abra adlı projeler oldu. Birinci olan proje 20 bin TL, ikinci olan proje 15 bin TL, üçüncü olan proje 10 bin TL, dördüncü ve beşinci olan projeler ise 5'er bin TL'lik ödülün sahibi oldu.

İLK ÜÇE GİREN PROJELER

HERKOD: Ticari işletmelerin yanı sıra IBAN numarasına sahip herkesin kullanabildiği, blokeli havale işlemi olarak da nitelendirilebilen, sanal pos sistemi gerektirmeyen online tahsilat sistemi.

AUGMENTED CUBE: Banka müşterilerinin ve çalışanlarının artırılmış gerçeklik (AR) teknolojisiyle benzersiz bir veri analizi deneyimini elde edecekleri, mobil cihazlarda çalışabilecek ve kullanıcısına üç boyutlu olarak görselleştirilmiş verilerin sunulduğu, Kuveyt Türk özelinde API'lerle dinamik bilgilerin eş zamanlı olarak kullanıcıya sunabileceği bir uygulama.

ABRA: İnsandan insana iletişimin azaldığı günümüzde eğitim görüp de maddi durumu yeterli olmayan bireylere daha farklı bir yolla dikkat çekerek insanların bu konuda yardım etmelerini kolaylaştıracak bir proje.



YENİ FİKİR VE PROJELERİ DESTEKLEYECEĞİZ

Yarışmayla ilgili değerlendirmede bulunan Kuveyt Türk Bankacılık Servis Grubundan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı İrfan Yılmaz, "Kurum olarak FinTech alanındaki gelişmeleri ve girişimleri yakından takip ediyor, bu alanda inovatif ürün ve hizmetler geliştirmeye gayret ediyoruz. Finansal teknolojiler alanında yeni fikirleri ve girişimleri destekliyoruz. Bu çerçevede ikinci Hackathon yarışmamızı FinTech başlığıyla gerçekleştirdik. Yarışmaya yoğun ilgi gösteren tüm genç arkadaşlarımıza teşekkür ediyor, dereceye girenleri tebrik ediyoruz. Bundan sonra da yeni fikir ve projeleri desteklemeye devam edeceğiz." dedi.

TÜM SEKTÖRLER DİJİTALLEŞMEYE BİR AN ÖNCE GEÇMELİ

YAZILIM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ BAŞKANI DOĞAN UFUK GÜNEŞ: "AYRIM GÖZETMEKSİZİN TÜM SEKTÖRLER DİJİTALLEŞMEYE BİR AN EVVEL GEÇMELİ. ARTIK DAHA HIZLI OLAN ŞİRKETLER ÖNE GEÇİP BÜYÜYECEK."


Doğan Ufuk Güneş

Son dönemlerde birçok kurum ve şirket dijital dönüşümden bahsediyor ve bu alana yatırım yaptıklarını, yapacaklarını söylüyor. Ülkemizdeki dijital dönüşümle ilgili durumu Yazılım Sanayicileri Derneği (YASAD) Başkanı Doğan Ufuk Güneş ile konuştuk.

Dijital dönüşüm ülkemizde hangi aşamada?

Türkiye'de daha yeni anlaşılıyor ve başlangıç noktasında. Alınacak çok uzun mesafe var. KOBİ'ler bazında baktığımızda, şirketlerimiz dijital dönüşüme henüz başlamamış. Tabii dijital dönüşümün de birkaç bacağı var. Özellikle yazılım tarafından baktığımızda KOBİ'lerin dijital dönüşümü en azından birkaç farklı alanda yapması lazım. Bunlar; iş süreçlerini dijitalleştirmek, üretim teknolojilerini dijitalleştirmek, ürün gamının iyileştirilmesi anlamında dijitalleşmeye geçmek, iç piyasa ve küresel rekabette öne geçmelerini sağlayacak rekabet bazında dijitalleşmek. Dolayısıyla 4 farklı kulvarda 4 farklı dijitalleşme süreci bütün KOBİ'lerimizi bekliyor. Bunun önemini KOBİ'lerimiz de, şirketlerimiz de anlamaya başladı.

Dijital dönüşümün iş dünyasına olumlu ve olumsuz etkileri neler oldu?

Öncelikle tersten bakalım. Diyelim ki dijitalleşemedi veya bu süreçte geri kaldı. Bu durumda en basit anlamda, rakiplerinden geri kalır. Rekabette geri kalması demek o şirket açısından ciddi anlamda sıkıntı. En azından iş süreçlerini dijitalleştirmeleri şirket içi, şirketler arası veya personel-şirket arası işleyişi hızlandırır. Günümüzde artık şirketlerin büyüklüğü çok önemli değil. Önemli olan ne kadar hızlı olabildiğiniz. Hızlı büyüğü yenebilir ve geçebilir noktada şu an. Önceden şirketler için en önemli kaynaklardan biri sermayeyken, bugün en önemli kaynaklarından biri sermayenin de önüne geçmeye çalışan data (veri). Datanızı yeniden düzenleyip işinize yönelik bilgileri analiz edebilmeniz ve bunu pazara ürün ya da hizmet şeklinde yansıtabilmeniz lazım. Bunu en hızlı şekilde yapan şirketler her zaman öne geçecektir. Dolayısıyla bugün artık bir firma 'ben pazarda büyüğüm ya da eskiyim, bu yüzden rekabet üstünlüğüm var' diye bakarsa bu onun açısından felakete yol açabilir. Arkadan gelen yeni ve hızlı firmalar, özellikle dijitalleşmiş olanlar onları geçer.

Türkiye'de en fazla dijitalleşmeye yönelen sektörler hangileri?

Otomotiv ve bilişim başta geliyor. Hizmet sektörü de dijitalleşmeye en fazla yönelen sektörlerden. Ama ayrım gözetmeksizin tüm sektörlerin dijitalleşmeye bir an evvel geçmeleri lazım.

Firmalar dijitalleşme adına nasıl yatırımlar yapmalı?

Üretici bir firmaysa önceliği muhakkak iş süreçlerini dijitalleştirmek olmalı ve buna yönelik yatırımlar yapmalı. Daha sonra ürünün üretim sürecini hızlandıracak ve ürün kalitesini artıracak şekilde dijitalleşme yatırımları yapmalı. Ama hizmet sektöründeki bir firma için dijitalleşme yatırımları daha farklı olacaktır. O da sahada dolaşan personelinin daha hızlı hareket edebilmesi yönünde bir dijitalleşmeye gitmelidir. İşin özü, kendi iş yapış şekillerini analiz edip ona göre dijitalleşme sürecine geçmeleri lazım. Burada da yazılım teknolojilerine ve yazılım sektörüne çok önemli görevler düşüyor. KOBİ'lerimizin aradığı dijitalleşme çözümleri muhakkak bizim yerli yazılım sektörümüzde var. Bizlerle temasa geçebilirler. Onları en doğru firmalarla bir araya getirebiliriz.

E-MİKRO

E-DÖNÜŞÜMÜN UZMANI O!

Mikro Yazılım Genel Müdürü Alpaslan Tomuş: "E-Devlet uyumlu tüm e-Dönüşüm hizmetlerimizi e-Mikro markası altında topladık. KOBİ'lerin sağlıklı büyümesine katkıda bulunup rekabette ellerini güçlendiriyoruz."

Türkiye'nin önde gelen köklü kurumsal ve ticari yazılım şirketlerinden biri Mikro Yazılım. Hem ticari yazılım hem de E-Devlet uyumlu E-Dönüşüm süreçlerinin tümünde KOBİ'lerin sağlıklı büyümesine yardımcı bir partner konumunda. Mikro Yazılım Genel Müdürü Alpaslan Tomuş ile E-Dönüşüm'ü konuştuk.

E-Dönüşüm (E-Defter, E-Fatura, E-Arşiv) ile ilgili yazılım çalışmalarınızdan bahseder misiniz?

2013'te özel entegratör olduk. Bugün Türkiye'nin 2. büyük özel entegratörüyüz. Dijital dönüşümün önemli bir parçası olarak e-Devlet uyumlu ve diğer e-Dönüşüm hizmetlerini e-Mikro markası altında topladık. Müşterilerimiz, www.emikro.com.tr üzerinden e-Devlet uyumlu hizmetlerimizi kullanabiliyor. Bu alanda müşterilerimize uygun maliyetli, farklı bir deneyim sunuyoruz. Kullanıcılarımız, tüm hizmetlerden ortak para birimi My E-Kontör kullanarak yararlanabiliyor. e-Mikro hizmetlerimiz, kullanıcılarımıza pek çok operasyonel ve legal maliyetten tasarruf ettirdiği gibi, işlemlerini en hızlı ve güvenli şekilde gerçekleştirmelerini de sağlıyor.


Alpaslan Tomuş

e-Mikro hizmetleri neler?

e-Fatura, e-Arşiv, e-Defter, e-Bordro, e-Mutabakat, Mikro KEP, e-İrsaliye, e-Müstahsil Makbuzu, e-Serbest Meslek Makbuzu…

E-Dönüşüm yazılımlarınız, firmalara ve ülke ekonomisine ne tür faydalar sağlıyor?

KOBİ'lerin sağlıklı büyümesine katkıda bulunuyoruz, ulusal ve uluslararası rekabette ellerini güçlendiriyoruz. Şu an Türkiye'de 75 bini aşkın şirket, teknolojideki gelişmelere uyum sağlayarak bir dönüşüm süreci yaşıyor. E-Dönüşüm sürecinin iş hayatında entegrasyonu sağlama, işlemleri hızlandırma, verimliliği artırma, denetimi kolaylaştırma, kâğıt, işçilik, postalama ve depolama maliyetlerini azaltma, iş gücü ve zaman tasarrufu sağlama gibi etkileri söz konusu.

GELİŞEN TEKNOLOJİLER ŞİRKETLERİ DAHA VERİMLİ KILIYOR

Hangi şirketlerin E-Dönüşüm sürecine başlaması gerekiyor? E-Dönüşüm sürecinde şirketlerin dikkat etmesi gereken noktalar neler?
Firma e-Fatura zorunluluk kriterlerine uymuyorsa, geçmesine gerek yok sanılmaktadır. Halbuki e-Fatura'ya geçiş zorunluluğu olmayan şirketler de e-fatura ve e-arşiv sistemine geçiş yapabilir. Türkiye dijitalleşiyor, gelişen teknolojiler şirketleri daha verimli kılıyor. Fatura maliyetlerinizi düşürmek, işinizi dijitalleştirmek ve son ana kalıp aksaklıklar yaşamamak için e-Fatura'ya geçiş yapmak, firmanın büyümesi ve teknolojiyle paralel gitmesi açısından aslında çok önem taşımaktadır. Ayrıca firmalar, bu sayede gönderme, saklama ve çalışan masraflarından tasarruf edebilirler. Firmalara, e-Dönüşüm süreçlerinde; herhangi bir entegrasyona gerek kalmadan kendi kullandıkları kurumsal ve ticari yazılım içerisinden süreçleri yönetmelerini sağlayan Mikro Yazılım gibi firmaları seçmelerini tavsiye ederiz.

Türkiye'nin e-Dönüşüm sürecini nasıl görüyorsunuz?

Hızla gelişiyor. Teknolojiye oldukça yatkın ve talepkâr bir ülke olarak, yeni stratejiler ve yeni uygulamalardan maksimum yarar ve kazanç elde etmeyi hedefliyoruz. Elbette e-Dönüşüm süreçlerinin hızlanması ve yaygınlaşması, Türkiye'deki kurumsal ve ticari yazılım pazarının gelişmesiyle bire bir doğru orantılı. Hızlı bir dönüşüm, kurumsal ve ticari yazılım pazarının da hızlı büyümesine bağlı. Ülkemizdeki kurumsal ve ticari yazılım kullanma oranlarının artması, e-Dönüşüm süreçlerini hızlandıracak en önemli etken.

E-FATURA KONSEPTİNİ TÜRKİYE'DE İLK DIGITAL PLANET UYGULADI



Şerif A. Beykoz

Digital Planet CEO'su Şerif A. Beykoz: "E-Dönüşüm sektöründe açık ara en kapsamlı platforma ve en yüksek işlem hacmine sahip özel entegratör şirketi olduğumuzu gururla söyleyebiliriz."

Digital Planet, yeni teknolojilerle iş dünyasına inovatif çözümler üreten bir Ar-Ge şirketi. 2000 yılında faaliyetlerine başladı. Türkiye'de e-Fatura resmi olarak kullanılmaya başlanmadan önce, e-Fatura konseptini Türkiye'de ilk kez uyguladı. e-Dönüşüm sürecinin gelişmesine öncülük ederek e-Fatura, e-Defter ve e-Arşiv gibi çözümlerin diğer kurumların hayatına hızla girmelerinde aktif rol oynadı.

Digital Planet CEO'su Şerif A. Beykoz, "2018 itibariyle özel entegratör kimliğimizle tüm sektörlerden 8 bini aşan firmaya, kuruma özel yaklaşımla hizmet veriyoruz. Bizim için firmalara her durumda aynı derecede hassasiyet göstermek ve aynı kalitede hizmet sunabilmek önemli. Bu yaklaşımın karşılığı olarak, e-Dönüşüm sektöründe açık ara en kapsamlı platforma ve en yüksek işlem hacmine sahip özel entegratör şirketi olduğumuzu gururla söyleyebiliriz." diyor.

e-Fatura, e-Arşiv ve e-Defter uygulamaları ile günlük faturalaşma ve muhasebe süreçlerinin fiziksel ortamdan elektronik ortama taşındığını ve içeride işleyen tüm muhasebe işlemlerinin hızlandığını belirten Şerif A. Beykoz, "Bu uygulamalar, eski faturaların dijital ortamda saklanabilmesine ve gerektiğinde rahatlıkla ulaşılmasına imkan verirken arka planda da kâğıt, mürekkep, basım, kargolama gibi süreçlerde ciddi bir maliyet ve zaman tasarrufu sağlıyor." şeklinde konuşuyor.

ÇÖZÜM YELPAZEMİZİ GELİŞTİRİYORUZ

Türkiye'de ağırlıklı olarak telekomünikasyon, finans, bilişim, enerji dağıtım, e-ticaret ve tekstil gibi çok çeşitli sektörlerin lider şirketleriyle çalıştıklarını belirten Digital Planet CEO'su Şerif A. Beykoz, şunları ifade ediyor: "Kurum içi süreçleri değiştirmeden, ERP sistemleriyle doğrudan entegre çalışan maliyet avantajlı özel entegratörlük hizmetlerinde e-İrsaliye, e-Makbuz, e-İmza, KEP, e-Bilet, e-Yedekleme, e-Mutabakat gibi yeni ürünlerle çözüm yelpazemizi günün gereksinimlerine uygun olarak geliştiriyoruz. Çalışmalarımızı Yıldız Teknik Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nde sürdürüyoruz."

e-Dönüşüm yolculuğunda Digital Planet ile ilerlemeye karar vermiş müşterilere başvuru aşamasındaki tüm süreçlerde ihtiyaç duydukları tüm desteği sağladıklarını söyleyen Beykoz, "E-Dönüşüm platformlarımız kullanılmaya başlandığı andan itibaren de yine tüm ihtiyaçlarda, 7 gün 24 saat uzman destek ekibimiz müşterilerimize hizmet veriyor." diyor.

Liderler ERP yazılımları için Nebim V3'ü tercih ediyor.

Sektörlerinde lider kuruluşlar bilirler, en iyiye ulaşmak; yeniliklere açık olmaktan, kalite ve verimlilikten ödün vermemekten ve en iyi seçimleri yapmaktan geçer.

Ülkemizin sektörlerinde lider kuruluşları Nebim V3 ERP'yi tercih ediyor. Planlamadan satın alıma, üretimden sevkiyata, finans yönetiminden mağaza yönetimine, tüm uygulamalarda baştan sona entegre, kapsamlı, hızlı ve verimli kurgusuyla Nebim V3 ERP liderliğin yapı taşlarından biri olmayı sürdürüyor.



- Çok Dilli Arayüz
- Çok Dilli Veri Yönetimi
- Çoklu Para Birimi
- Konsolide Raporlama
- İş Ortağı Yönetimi
- Veri Ambarı
- İş Zekası (Dashboard'lar ve Raporlar)
- Ürün Önerisi Motoru
- Başka uygulamalar ile entegrasyona açık alt yapı


Başak Kural

YÜZDE 25 PAZAR PAYIYLA LİDERLİĞİ GÖĞÜSLÜYORUZ

eLogo Genel Müdürü Başak Kural: "Sunduğumuz geniş ürün gamı ve hizmet kalitesiyle yüzde 25 pazar payına sahibiz."

Sektördeki 30 yılı aşkın deneyimiyle kurumların e-Dönüşüm süreçlerine rehberlik eden Logo Yazılım, müşterilerinin dijitalleşmesi yolunda uçtan uca çözümler sunuyor. eLogo Genel Müdürü Başak Kural, konuyla ilgili sorularımızı cevapladı.

E-Dönüşüm (E-Defter, E-Fatura, E-Arşiv) ile ilgili ürünlerinizden bahseder misiniz?

Bu alanda Gelir İdaresi Başkanlığı'ndan (GİB) onaylı e-Fatura, e-Arşiv, e-Defter, e-İrsaliye ve saklama hizmetleri servislerimiz var. Servislerimizi üstün ve vazgeçilmez kılan yanımız, güvenilir ve öncü olmanın yanında inovatif ve müşteri odaklı olmamız. Müşterilerimizi merkeze alıyor ve hizmetlerimizi kullanırken onlarla birlikte çalışarak uçtan uca ne yaşadıklarını, ne deneyimlediklerini izliyoruz. Ürünlerimizin hem fonksiyonel özellikleri hem de kullanım kolaylığı açısından en iyi olmasına özen gösteriyoruz. Bu sayede, sadece Logo kullanıcıları değil, farklı kurumsal yazılım çözümleri kullanan firmalar da eLogo'yu tercih ediyor. E-Dönüşümüne destek verdiğimiz, Logo dışındaki yazılımları kullanan müşteri sayımız ve işlem hacmimiz katlanarak büyüyor. Bu da bize, en yakın rakibimizin iki katından fazla pazar payı ve liderlik olarak geri dönüyor.

Pazar payınız ne kadar?

eLogo, sunduğu geniş ürün gamı ve hizmet kalitesi sayesinde, yaklaşık 81 entegratör arasında yüzde 25 pazar payıyla liderliği göğüslüyor.

Yasal dönüşüm dışında çalışmalarınız neler?

Yasal dönüşüm dışında müşterilerimizi rekabette bir adım öne geçiren, operasyonel maliyetlerini azaltarak yeni satış fırsatları yaratacak ürün ve servisler geliştiriyoruz. Burada da finans bacağında banka bağlantılarıyla hızlı işlem yapan, e-mutabakat ile saatlerce süren mutabakatı dakikalara düşüren, LogoPay ile hızlıca tahsilat yapan servislerimizden söz edebiliriz. Ayrıca, çok yakında lansmanını yapacağımız, şu anda başarıyla demo sürecini yürüttüğümüz satış, pazarlama, satın-alma servislerimiz de yolda.

Hangi şirketlerin E-Dönüşüm sürecine başlaması gerekiyor?

Bu soruyu iki boyutuyla ele almak doğru olur. Birincisi yasal dönüşüm. Yasal dönüşümde e-dönüşüme başlaması gereken firmalar ve son tarihleri çok net ifade ediliyor.

Bunun dışında, bu dönüşüm aslında firmalara o kadar fayda sağlıyor ki öğrenince zorunlu olmasa bile kendileri geçmek istiyor. Bu şekilde çok müşterimiz var. Kargo maliyeti, kâğıt, baskı ve benzeri birçok maliyeti elimine ettikleri ve işlemleri çok kısa sürede tamamlamanın faydasını gördükleri için memnuniyetlerini bizlere sürekli yansıtıyorlar.

İNOVATİF ÜRÜNLERİMİZLE MÜŞTERİLERİMİZE REHBERLİK EDİYORUZ

Müşterileriniz neden eLogo'yu tercih etmeli?

Bu sorunuza madde madde cevap vereyim isterseniz.

► Sektörümüzde öncüyüz. Bu sayede, çalıştığımız birçok kurumdan elde ettiğimiz deneyimi ve iyileşmeleri tüm müşterilerimizde kullanıyoruz.

► Müşterilerimiz özelinde terzi işi çözümler üretebiliyoruz.

► ERP bağımsız hizmet verebilme yeteneğimizle, sadece Logo müşterilerimize değil, tüm ERP müşterilerine hizmet verebilir durumdayız.

► Alanında uzman geliştirme ve destek kadrosuna sahibiz.

► Yeni yayınlanan veya güncellenen yasal mevzuata hızlı ve hatasız uyum sağlayarak müşterilerimize yenilikçi çözümler sunuyoruz.

► Sadece yasal mevzuatlarla kısıtlı kalmayıp müşterilerimizin dijital dönüşümdeki iş süreçlerini kolaylaştıracak, verimlilik artışı ve maliyet düşüşü sağlayacak inovatif ürünlerimizle de onlara rehberlik ediyoruz.

Firmalar Nebim V3 ile e-Dönüşüm süreçlerini başarılı şekilde yürütüyor

e-Dönüşüm ile ilgili başarılı çözümler geliştiren yazılım firmalarından biri de Nebim. Nebim Pazarlama Müdürü Abdullah Bekmezci, e-Dönüşüm hakkındaki sorularımızı cevapladı.

Öncelikle e-Dönüşüm pazarından bahsedebilir misiniz?

Dünyada, Türkiye'de ve bizim hizmet verdiğimiz perakende sektöründe ciddi bir dijitalleşme var. Artık kâğıt ve eski hantal süreçler ortadan kalkıyor. İşletme kaynaklarını daha verimli kullanmak ve şirketler arası entegrasyonu daha verimli kılmak adına tüm süreçler elektronik ortama geçiyor. Bununla birlikte perakende firmalarını etkileyen teknolojik trendler, tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarına da yansıyor. Perakendecilerin, müşterilerini daha da yakından tanıyarak onlara e-ticaret, mağaza gibi tüm kanallardan doğrudan temas etmeleri ve müşterilerinin mağaza içi alışveriş deneyimlerini daha heyecanlı hale getirerek müşteri memnuniyetini ve bağlılığını artırmaları önem kazanıyor. Bu dijitalleşmeyle birlikte ortaya çıkan verimliliği artırmak için de otorite e-Fatura, e-Defter, e-Arşiv, yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar ve e-İrsaliye ile bir e-Dönüşüm süreci başlattı. Bu sürecin aslen vergide şeffaflık ve denetimin kolaylaştırılması gibi hedefleri var. Fakat bu uygulamalar aynı zamanda firmalara da maliyetlerinde ciddi tasarruf sağlatacak ve süreçlerinde etkinlik kazandıracak.


Abdullah Bekmezci

NEBİM PAZARLAMA MÜDÜRÜ ABDULLAH BEKMEZCİ: "2014'TE E-FATURA İLE BAŞLAYIP E-DEFTER İLE DEVAM EDEN E-DÖNÜŞÜM SÜRECİNDE BAŞARILI ÇÖZÜMLER GELİŞTİRDİK. NEBİM V3, OCAK 2019'DA BAŞLAYACAK E-İRSALİYE SÜRECİNE DE HAZIR."

e-Dönüşüm sürecini destekleyen uygulamalarınız neler?

2014'te e-Fatura ile başlayan ve 2015'te e-Defter ile devam eden e-Dönüşüm sürecinde başarılı çözümler geliştirdik. 2016 başında yürürlüğe giren e-Arşiv uygulamasını, müşterilerimizin yaygınlıkla çalıştıkları özel entegratörler iş birliğinde, Nebim V3 kullanan firmalarda zamanında ve başarıyla hayata geçirdik. Bugün Nebim V3 kullanan firmalar, toptan ve perakende e-Faturalarını Nebim V3 ile oluşturabilirken; e-Arşiv faturalarını, daha müşteri mağazada kasadan ayrılmadan, mevzuata uygun olarak, mali mühürlü bir şekilde düzenleyebiliyor ve kâğıt üzerinde ya da e-mail ile müşteriye anında sunabiliyorlar. Ayrıca GİB (Gelir İdaresi Başkanlığı) Yazılım Uyumluluk Onayı almış bir uygulama olan Nebim V3 e-Defter sayesinde otoritenin e-Defter için öngörmüş olduğu zorunlu bilgiler ve şart koşulan formata uygun şekilde defterlerini hazırlayıp, defter beratlarınızı oluşturup GİB'e beyan edebiliyorlar. Bununla birlikte, Nisan 2016'da başlayan yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar ile entegre çalışma zorunluluğu kapsamında Nebim V3 POS'u yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar ile entegre ettik. Bugün, Nebim V3 POS üzerinden satış yaparken, mevzuatın gerektirdiği fatura bilgi fişlerini, avans fişlerini veya yazar kasa fişlerini perakende satış yazılımımızla entegre olarak düzenleyebiliyoruz.

e-İrsaliye de yakın bir tarihte hayatımıza girecek. Nebim V3 bu sürece de hazır mı?

GİB, Nisan 2018'de, e-Fatura uygulamasına kayıtlı kullanıcıların 01 Ocak 2019'dan itibaren e-İrsaliye uygulamasına dahil olacaklarını ve sevk irsaliyesi belgelerini belirtilen usul ve esaslara göre e-İrsaliye olarak düzenlemelerinin zorunlu olacağını belirtmişti. Biz de Nebim V3'ü, e-İrsaliye süreçlerini destekleyecek geliştirmeleri yaparak kullanıma hazır hale getirdik.

KARGO PARK, SİTE VE KURUMLARA KONFOR SAĞLIYOR

Senkron Yazılım CEO'su Erdal Özkan, "Kargo teslimatları siteler ve kurumlarda büyük ıstırap. Kargo Park, bu ıstırabı konfora dönüştürüyor." diyor.



Erdal Özkan

Geçtiğimiz günlerde ilki düzenlenen FM Expo İstanbul Bina ve Tesis Yönetim Fuarı'nda yeni ürünlerin de lansmanı yapıldı. Onlardan biri de yazılım firması Senkron'un ürettiği Kargo Park cihazıydı. Senkron Yazılım CEO'su Erdal Özkan ile Kargo Park hakkında konuştuk.

Öncelikle Senkron Yazılım hakkında bilgi alabilir miyiz?

22 yıllık firmayız. Facility management (tesis yönetim) ile ilgili uygulamalarımız, Senyonet markamızla da site yönetim yazılımımız var. Ayrıca, site yönetimlerine kargo dağıtım noktasında çok yardımcı olacak inovatif bir proje sunuyoruz; Kargo Park diye.

Kargo Park fikri nasıl oluştu?

Kargo Park ile biz sitenin içerisinde bir kargo şubesi kuruyoruz; self servis. İnsanlar kargolarını buradan teslim alıyor. Bu ürünü 4 yıl önce bir kargo firması için yüzde yüz yerli olarak üretmiştik. O firma birkaç noktaya kurdu. Daha sonra biz kargo konusunun siteler için ciddi problem olduğunu gördük. Bir kargocu geldiğinde site sakininin evde olmaması, kargonun şubeye geri götürülmesi, sakinin de şubeye gidip teslim alması ıstırap haline geliyor. Kargo Park bu noktada ciddi bir konfor sağlıyor. Bir diğer konu da şu: Kargo personellerinin site içerisinde sürekli dolaşması, güvenlik zafiyeti oluşturabiliyor. 20 paketi varsa güvenlikten geçerken sadece 2 daire için akreditasyon yapabiliyor.

Tüm kargo firmalarını servis edebiliyor musunuz?

Edebiliyoruz. Bunun yatırımını biz yapıyoruz. Siteden bir kira bedeli alıyoruz ve tüm kargo firmaları bunu kullanabiliyor. Ürünümüz ortak kargo istasyonu gibi. Şu an İstanbul'da 5 lokasyonda kurulu.

Ürünün teknik özellikleri neler?

Sistemde üç farklı göz var. En küçük göz 7 desi, orta göz 16 desi, büyük göz de 35 desi büyüklüğünde. Biz önce bir sitenin günlük kargo sirkülasyonunu belirliyoruz. Sonra uygun sayıda göz koyuyoruz. 168 göze kadar çıkabiliyor. Sistem kargo firmalarının yazılımlarıyla entegre çalışıyor. Kargo Park'ı sitede herkesin kolayca ulaşabileceği bir noktaya kuruyoruz. Kargo elemanı, kendi kullanıcı şifresini girerek paketi Kargo Park'a bırakıyor. Bıraktıktan sonra, ilgili kargo firmasının yazılımı, site sakininin cep telefonuna SMS ile tek kullanımlık kod gönderiyor. Site sakini, istediği saatte kargosunu alabiliyor. Kod, TC kimlik numarası ve isim sistem tarafından eşleştirildiğinde, kargonun bulunduğu göz kendiliğinden açılıyor.

Kargo firmasının sorumluluğu ne zamana kadar devam ediyor?

Son kullanıcının paketi teslim almasına kadar devam ediyor. Kargo üç gün içerisinde alınmamışsa, kargo firması gönderen kişiye iade ediyor. Dolayısıyla burada site yönetiminin herhangi bir sorumluluğu da olmuyor.

Sitelerden başka yerlere de Kargo Park kuracak mısınız?

Yakında Başakşehir Belediyesi'nin önüne kuracağız. Kurumlarda kargo teslimatları sıkıntılı oluyor. Kargo personellerini içeriye almıyorlar ve kargo sahibi aşağıya çağrılıyor. Bu, mesai anlamında ciddi bir verimsizlik yaratıyor. Kargo personelleri açısından da zaman kaybına sebep oluyor. Cihazımız iki taraf için de avantaj sağlıyor. Kargo Park'ı büyük kurumlara da kurma hedefimiz var. Fuar bu anlamda faydalı oldu. Kurumsal firmaların yetkilileri sistemi çok beğendi.



COBOT ÜRÜNLERİMİZ TEKRARLAYAN İŞLERDE HIZ VE VERİMLİLİK SUNUYOR


Kandan Özgür Gök

Universal Robots Türkiye Satış Geliştirme Yöneticisi Kandan Özgür Gök: "Cobot ürünlerimizin konvansiyonel robot teknolojisinden en önemli farkı, insanlarla etkileşim halinde olması. Cobotlar monoton, sıkıcı ve tekrarlayan işlerde hız ve verimlilik sunuyor."

Türkiye pazarına giren Danimarka merkezli Universal Robots'un Satış Geliştirme Yöneticisi Kandan Özgür Gök, sorularımızı cevapladı.

Öncelikle Universal Robots hakkında bilgi alabilir miyiz?

2005'te Danimarka'da kuruldu. Endüstriyel robot teknolojileri alanında yenilikçi çalışmalara odaklanan Universal Robots olarak 50'den fazla ülkede distribütörlüğümüz bulunuyor. ABD, Almanya, Fransa, İspanya, İtalya, Çekya, Çin, Hindistan, Singapur, Japonya, Güney Kore, Meksika ve Tayvan'daki bölgesel ofislerle birlikte dünya çapında yaklaşık 400 partnerlik güçlü dağıtım ağımız var. UR3, UR5 ve UR10 olarak farklı erişim ve taşıma kapasitesiyle üç temel Cobot'umuz mevcut.

Bu Cobot'ların özellikleri neler?

UR3, UR5 ve UR10 Cobot'larımız, insan-makine iş birliğiyle çalışmaya uygun. Risk analizleri sonucu koruyucu çit ihtiyaçları yok. Az alan kaplıyorlar. Hafif yapılarıyla esnek bir şekilde konumlandırılabiliyorlar. Kolay programlama özelliğine sahipler. Yatırımın geri dönüş süresi 6 ay (dünya ortalaması). Tüm eksenlerinin 360 derece hareket kabiliyeti var. Az enerji tüketiyorlar. Elle hareket ettirilerek programlanabiliyorlar. Ürünlerimiz, bunlara bağlı olarak üretim maliyetlerinin düşmesi, kalite, insanın üretim sürecinde daha uygun yerlerde yer almasını sağlama, ergonomi, iş sağlığı ve güvenliği gibi önemli kazanımlar sağlıyor.

Türkiye pazarına yeni girdiniz. Hedefleriniz neler?

2017'nin sonlarında hızlı bir giriş yaptık. Türkiye, genç nüfusuyla dikkat çeken ve büyüyen bir pazara sahip. Robot teknolojisinin en önemli itici gücü olan otomotivde önemli bir üretim üssü. Ayrıca, yıllık robotlu otomasyon ve robot satışları oranının yüzde 15 ila 35 oranında değişerek artması, insan emeğine dayalı üretimin fazla olması gibi etkenler Türkiye'yi önemli kılıyor. Türkiye'de iş birliğine dayalı (kolaboratif) Cobot'larımızın özellikle KOBİ'ler tarafından tercih edileceğine inanıyorum.

Son yıllarda endüstriyel robot teknolojileri alanında fonksiyonel olan üretimler öne çıkmaya başladı. Siz robot teknoloji pazarının geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Gelecek kolaboratif robotlarda. Çünkü konvansiyonel robotlara kıyasla önemli avantajlar sağlıyor. Gerek esnek üretim ihtiyacı gerekse teknolojinin bizlere sunduğu gelişmeleri değerlendirdiğimizde kolaboratif robotların çok hızla hayatımıza girdiği ve süreç içinde gelişen diğer teknolojilerle daha da hızlı hayatımızın içinde olacağı söylenebilir. Yüzde 58'lik payla pazarın bir numaralı kolaboratif robot markasıyız. Bu anlamda kolaboratif robotun mucidi olarak yaklaşık 10 yıldır pazarda aktif şekilde yer alarak geleceğe yön veriyor, bu alanda çalışmalarımıza devam ediyoruz. 2025'e kadar Cobot satışlarının 12 milyar dolara ulaşmasını bekliyoruz.

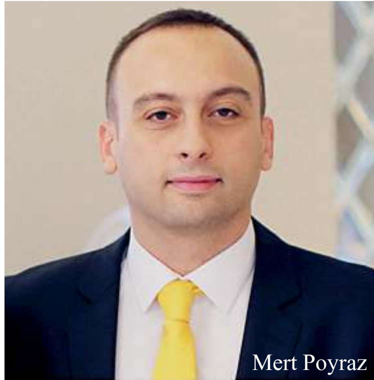
İnsanla iş birliğine dayalı robot teknolojisinin konvansiyonel robot teknolojisinden farkları neler?

En önemli farkı, insanlarla etkileşim halinde olması. Bu etkileşimde, iş birliğine dayalı Cobotlar monoton, sıkıcı ve tekrarlayan işlerde hız ve verimlilik sunarken, insan, her zaman üretimin içinde ana faktör olarak konumlanır. Böylece daha yaratıcı işlere yönelebilme imkânı yakalanabilir.



CANIAS ERP, E-DEFTER VE E-FATURA ÇÖZÜMLERİYLE İŞ YÜKÜNÜ AZALTIYOR

IAS, 30 ÜLKEDE 800'DEN FAZLA İŞLETME TARAFINDAN AKTİF OLARAK KULLANILAN CANIASERP YAZILIMI İLE E-DEFTER VE E-FATURA GİBİ ALANLARDA DA ÇÖZÜMLER SUNUYOR. IAS YÖNETİCİLERİ MERT POYRAZ VE KAMİL AKBUL, "ÇÖZÜMLERİMİZLE MÜŞTERİLERİMİZİN İŞ YÜKÜNÜ AZALTIYORUZ." DİYOR.


Mert Poyraz

1989'da Almanya'da kurulan ve ERP (Kurumsal Kaynak Planlama) alanında uzmanlaşan IAS'ın caniasERP yazılımı, şu an 30 ülkede, 15 farklı dilde, 800'den fazla işletme tarafından aktif olarak kullanılıyor. IAS, caniasERP yazılımı ile E-defter ve E-fatura gibi alanlarda da çözümler sunuyor. IAS Finansal Uygulamalar Birim Yöneticisi Mert Poyraz ile IAS Ticari Uygulamalar Birim Yöneticisi Kamil Akbul, E-defter ve E-fatura uygulamalarıyla ilgili sorularımızı cevapladı.

IAS'ın caniasERP E-defter çözümü hakkında bilgi verebilir misiniz?

Mert Poyraz: Müşterilerimizin E-defter'e geçiş sürecini kolaylaştırmak ve iş yükünü azaltmak için E-defter çözümümüzü geliştirdik. Müşterilerimiz, E-defter süreçlerini uygulamamız yardımıyla Gelir İdaresi Başkanlığı'nın (GİB) yayınladığı en güncel versiyonlarla uyumlu şekilde yönetebiliyor. E-defter uygulaması, caniasERP'nin diğer uygulamalarıyla entegre çalışıyor. Bu sayede muhasebe belgelerinin oluşturulması aşamasından başlayarak GİB'in belirlediği standartlara uygunluk kontrolleri sistem içerisinde yapılabiliyor. Defter oluşturma sürecinde kullanıcıların ekstra bir efor sarf etmesine gerek kalmıyor. Oluşturulan defter ve beratlar, sistem içerisinden görüntülenip kontrol edilebiliyor.

E-Defter, şirketlere ne tür faydalar sağlıyor?

Mert Poyraz: E-defter sistemi temelde defter tasdik ve denetim işlemlerini kolaylaştırmak amacıyla oluşturulsa da kullanıcılarına birçok avantaj sağlıyor. Birkaçını şöyle sıralayabiliriz: Defterlerin kağıda yazdırma, noterde tasdik ve arşivleme maliyetlerini ortadan kaldırıyor. Kâğıt, iş gücü ve zaman tasarrufu sağlıyor. Uzaktan erişim ve denetime imkan veriyor. GİB'e yapılacak yasal bildirim sürecini otomatikleştiriyor. Defter kayıtlarında hata oranını düşürüyor.

E-Fatura çözümünüzle ilgili bilgi verebilir misiniz?

Kamil Akbul: caniasERP e-Fatura sistemi, UBL protokolünü kendi yaratabilen, okuyabilen, ayrıştırabilen ve gerektiğinde parametrik olarak, formata


Kamil Akbul

uygun bir şekilde manipüle edebilen bir sistemdir. Bu esnek yapı sayesinde ilgili bütün servislerle gerçekleştirdiğimiz entegrasyon ve test süreçlerinde çok hızlı ve kesin sonuçlar alabilmekteyiz. Modül entegrasyonları ile satış ve satın alma süreçlerinin tamamını bu yapıyla birleştirmekteyiz. Bu sayede caniasERP'nin e-Fatura sistemini, kendi içerisinde bütünleşik bir yapıya sahip komple bir çözüm olarak tanımlayabiliriz. E-Fatura mükellefi olan firmalarda caniasERP kullanıcıları, gerek GİB portali gerekse anlaşmalı entegratörler üzerinden, fatura gönderim-alım işlemlerini sistem içerisindeki uygulamayla yönetmektedir. Bu uygulamayla birlikte 4 çeşit UBL-TR formatında dosyanın dışa aktarımı yapılmaktadır. Bunlar satış faturaları, alış faturalarının iadeleri, alış faturası onayları ve alış faturası retleridir. Aynı zamanda 4 çeşit UBL-TR formatında dosyanın içe aktarımı da bu uygulama üzerinden gerçekleşmektedir. Bunlar ise alış faturaları, satış faturası iadeleri, satış faturası onayları ve satış faturası retleridir.

E-Fatura, şirketlere ne tür avantajlar sağlıyor?

Kamil Akbul: En büyük avantajlardan biri, kâğıt sürecinin denetim ve yönetimini ortadan kaldırması. Evrak işleri, evrakların saklanması, ihtiyaç halinde tekrar çıkartılması gibi hem mali hem de teknik açıdan çok zor olan bir sürecin saniyeler bazında ve çok daha az maliyetle çözülmesi.

BOSCH TÜRKİYE TÜM İŞ KOLLARINDA SATIŞLARINI ARTIRDI

2017'Yİ 15,5 MİLYAR TL CİROYLA KAPATIP BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE YÜZDE 32 ARTIŞ SAĞLAYAN BOSCH TÜRKİYE, 2018'E DE İYİ BAŞLADI. BOSCH TÜRKİYE VE ORTADOĞU BAŞKANI STEVEN YOUNG, "İLK ÇEYREKTE TÜRKİYE'DEKİ TÜM İŞ KOLLARINDA GÜÇLÜ BÜYÜME KAYDETTİK." DEDİ.

Dünyanın önde gelen global teknoloji ve servis tedarikçisi Bosch, Türkiye'deki 2017 mali yılını 15,5 milyar TL ciroyla kapattı. Bu rakam, Bosch'un Türkiye'deki cirosunu bir önceki yıla göre yüzde 32 artırdığı anlamına geliyor. 2018'e de olumlu başlayan Bosch, yılın ilk çeyreğinde Türkiye'deki tüm iş kollarında satışları artırarak güçlü büyüme kaydetti. Bosch Türkiye ve Ortadoğu Başkanı Steven Young, İstanbul'da düzenlediği yıllık basın toplantısında, "İlk çeyrekteki sağlam büyümemize dayanarak 2018'de yine güçlü bir satış performansı elde etmeyi bekliyoruz." dedi.

Bosch Türkiye, geçen yıl 9 milyar TL tutarındaki ihracatıyla genel ihracat hacmine yüzde 1,5 oranındaki katkısını sürdürdü. Bosch'un Türkiye'deki istihdamı da önceki yıla oranla yüzde 9 artışla 18 bin 240 kişiye ulaştı.

AR-GE YATIRIMLARI BÜYÜMENİN İTİCİ GÜCÜ

"Bursa, Manisa ve Tekirdağ'daki 4 Ar-Ge merkezimizde yürütülen çalışmalar Bosch Türkiye'nin büyümesinde itici güç oluşturuyor." diyen Steven Young, 2017'de Türkiye'de yapılan toplam Ar-Ge yatırımının yaklaşık 200 milyon TL'ye ulaştığını açıkladı. Bosch'un Türkiye'de 700 Ar-Ge çalışanı bulunuyor. Şirket, Asya ve Avrupa'daki önde gelen otomotiv üreticileri için, güç aktarma çözümleri alanındaki geliştirme projelerini Türkiye'deki Ar-Ge merkezlerinde yürütüyor. Örneğin, geçtiğimiz yıl benzin enjektörleri konusunda 150'den fazla uluslararası proje yürütüldü.

TÜRKİYE'DEKİ DİJİTAL DÖNÜŞÜME ÖNCÜLÜK

Steven Young, basın toplantısında, Bosch Türkiye'nin Sanayi 4.0 alanındaki uzmanlığını Türkiye'deki diğer şirketlerle de paylaştığını vurguladı. Bosch, Türkiye'de jant üreten Maxion Wheels ile şirketin dijital dönüşümünde danışmanlık vermek üzere anlaştı. Bosch, Sanayi 4.0 alanında dünya genelinde ve Türkiye'de öncü çalışmalar yaparken, bu dönüşüm süreci için gerekli bilgi ve uzmanlığı geliştirmek amacıyla sektörle üniversiteler arasındaki iş birliğine de özel önem veriyor. Bosch, Yıldız Teknik Üniversitesi'yle yürütülen program kapsamında 11 öğrenciye Bosch Bursa Fren Fabrikası ile Manisa Termoteknoloji Fabrikası'nda mühendisler gözetiminde çalışma fırsatı sağlıyor. Bosch ayrıca, lise öğrencilerinin robotlarını global olarak yarıştırdığı First Robotics yarışması ve lise ve üniversite öğrencilerinin sensörlerden ve yapay zeka algoritmalarından yararlanarak geliştirdikleri otonom araçlarını yarıştırdıkları Mini Otonom Araç Yarışması'nı da (OpenZeka MARC) destekliyor.


Steven Young

HEDEF, 2018'DE DE BÜYÜME

Bosch Grubu, zorlu ekonomik ortama rağmen 2018'de yine büyümeyi hedefliyor. Grup, 2017'de rekor sonuçların elde edilmesinin ardından, ekonomik ve jeopolitik risklerin ışığında 2018'de satış gelirlerinin yüzde 2 ilâ 3 artacağını öngörüyor. Şirketin ilk üç ayda gerçekleştirdiği satışlar, bir önceki yılın aynı dönemini yakaladı ve hatta döviz kurlarına göre düzenlemeyle yaklaşık yüzde 5 aştı.



KAPAK KONUĞU

BELEDİYE BAŞKANI NİHAT CAN:

BİLECİK BİZİM VAZGEÇİLMEZ SEVDAMIZ

Selim Yağcı'nın milletvekilliği için istifa etmesiyle Bilecik Belediye Başkanlığı koltuğuna oturan Nihat Can, "Bilecik bizim heyecanımız, Bilecik bizim sevdamız. Bilecik'e olan hizmet aşkımız ve heyecanımız durmadan devam edecek." diyor.



KAPAK KONUĞU



Bilecik Belediyesi'nde geçtiğimiz günlerde bir devir-teslim gerçekleşti. Milletvekilliği için istifa eden Selim Yağcı'nın yerine Nihat Can seçildi. Can, Bilecik Belediye Başkanı seçilir seçilmez hizmetlerin aralıksız devam etmesi için hemen kolları sıvadı. Halkla iç içe olmayı seven Can, Bilecik'e olan hizmet aşkının ve heyecanının durmadan devam edeceğini söylüyor.

Öncelikle yeni göreviniz hayırlı olsun. Bilecik denince aklınıza ilk neler geliyor?

Bilecik denince aklımıza ilk kuruluş, kurtuluş ve diriliş şehri geliyor. Tarihi ve kültürel değerleri, doğal güzellikleri, yeşil alanları ve temiz çevresi geliyor. Güçlü sanayisi, büyüyen ekonomisi ve ulaşımdaki stratejik önemi geliyor. Bilecik, bugün adına yakışır bir biçimde ekonomide, sanayide, ulaşımda, turizmde ve eğitimde Türkiye'nin 2023 vizyonunda geri kalmama adına var gücüyle çalışıyor. Bizim de hedefimiz, 'Geçmişiyle övünen, geleceğe emin adımlarla yürüyen marka şehir Bilecik' hedefi doğrultusunda aralıksız çalışmak. Bilecik'e olan hizmet aşkımız ve heyecanımız durmadan devam edecek.

Bilecik için plan ve projeleriniz neler?

Gönüllerimizin başkanı Sayın Selim Yağcı ile birlikte 14 yılda şehrimiz için çok güzel çalışmalar gerçekleştirdik. Onun şehrimiz için hayal ettiği ve kazandırmak istediği çalışmaları şu ana kadar olduğu gibi bundan sonra da bizler bir bir gerçekleştireceğimize inanıyorum. Belediye olarak Bilecik'in 30 yıllık geleceğini baz alarak tasarladığımız hizmetleri bir bir gerçekleştirmeye devam ediyoruz. Bilecik; Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan, Başbakanımız Binali Yıldırım ve ekibinin başta ulaşım, ekonomi, sanayi, eğitim, sağlık, turizm olmak üzere birçok alanda getirdiği medeniyet ve gelişmişlik se-



KAPAK KONUĞU



viyesi, genel ve yereldeki siyasi çalışmaları ile ülkemiz ve dünya gündeminde yer almaya devam edecek. Bizler, 'Geleceğe emin adımlarla ilerleyen marka şehir Bilecik'i oluşturma hedefimizin aynı zamanda "Marmara'nın Parlayan Yıldızı" olmak şartından geçtiğini düşünerek her zaman bir önceki günden daha fazla çalışacağız ve üreteceğiz.

Bir Türkiye projesi olan 1299 Osmanlı Uluçınar projesinden bahseder misiniz?

Karasu Vadisi üzerinde sosyal yaşamın merkezi haline gelecek olan Uluçınar projesi; Osmanlı evleri, minyatürk maketleri, üzüm bağları, gondolla gezilebilecek kanallar, Osmanlı çadırları, etkinlik alanları ve seyir teraslarıyla gözde mekanlardan biri olacak. Proje, birçok sportif aktivitenin yanı sıra festival ve şölenlerin yapılacağı bir adres olarak tasarlandı. 1299 Ulu Çınar Projesi, Osmanlı medeniyetinde büyük bir yer tutan oba kültürü ve buna bağlı yaşam tarzını gösterecek önemli öğeler olmak üzere yörük çadırları, Türk Eevleri, Türk sokakları, yöresel ürünlerin satılacağı alanlar ve otantik otellerle birlikte Bilecik Belediyesi'nin vizyon projelerinden biri olacak. Sadece Bilecik ve yakın çevresin-


ESKİ HAFRİYAT SAHASI PARKI PROJESİ



KAPAK KONUĞU



de değil, aynı zamanda Marmara Bölgesi'nin tümüne hitap edecek yeni mekanlardan biri haline gelecek. Ayrıca, Bilecik ve yakınındaki tüm bölgeler, bir kültür ve turizm havzası olarak düzenlenecek.

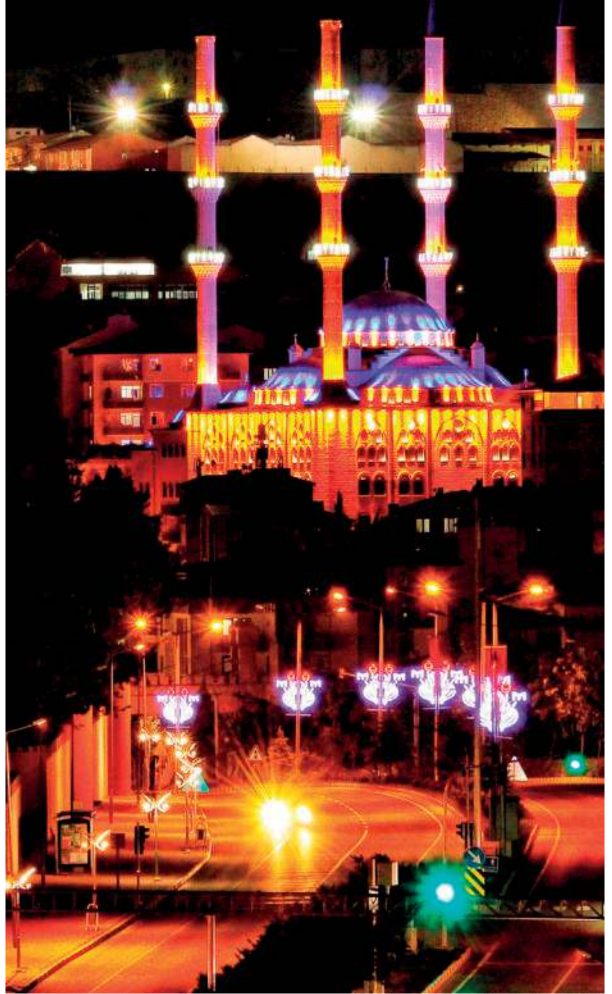
TURİZM LOKOMOTİF GÜÇ OLACAK

Turizmle ilgili hedefleriniz neler?

İstanbul, Kocaeli, Sakarya, Bursa, Eskişehir gibi büyük şehirlere ve dolayısıyla 25 milyonluk nüfusa çok yakın bir konumda Bilecik. Doğal güzellikleri ve yeşil alanlarıyla bir cazibe merkezi. Doğa sporları ve eko turizm imkanlarıyla Marmara Bölgesi'nin yeni gözde mekanlarından biri. Bilecik'in turizm potansiyelini değerlendirmek için yatırımlarımız devam edecek. Tanıtım da önemli. Turizmin Bilecik için lokomotif sektörlerden biri olacağını düşünüyorum.

Hangi doğa sporları yapılabilir Bilecik'te?

Trekking, rafting, yamaç paraşütü, kanyoning, mantar safari ve ATV turlarını sayabiliriz. Eko turizmi de kattığımızda Bilecik'in kırsal ve doğa turizmindeki potansiyeli çok büyük. Doğa sporları ve eko turizmde Bilecik'in yıldızının parlak olduğunu söyleyebiliriz. Bilecik Belediyesi olarak son yıllarda turizme ilişkin gerçekleştirdiğimiz önemli yatırım ve çalışmalarımızın meyvelerini erkenden almaya başladığımızı da ifade edebilirim.



Bilecik'e gelen yerli ve yabancı turistler, ziyaretçiler en çok nereleri geziyor, nereleri görmek istiyor?

Her yıl binlerce yerli ve yabancı turist, Şeyh Edebali Türbesi, Osmanlı Padişahları Tarih Şeridi ve Orhan Gazi Camii başta olmak üzere Söğüt'teki Ertuğrul Gazi ve Dursun Fakih türbeleri ile birçok tarihi ve kültürel özelliği önde olan yerleri ziyaret ediyor. Doğal göletlerimiz, Kınık çömlekçiliği, eko turizm, Söğüt Şenlikleri ve Harmankaya Kanyonu da ilimizin turizm potansiyeline değer katıyor. Birçok faktör bir araya geldiğinde Bilecik'imiz yurt içinden ve yurt dışından binlerce konuğu ağırlıyor, gün geçtikçe daha da tanınır olmaya devam ediyor. Turizmimizin gelişmesinde İstanbul, Ankara, Bursa, Eskişehir, Kocaeli, Sakarya gibi metropol şehirlerin bağlantı ve uğrak yerinde olmamızın da çok büyük önemi var.

KAPAK KONUĞU

Son olarak, Şeyh Edebali Türbesi ve tarihi Orhan Gazi Camii ile yan yana olan Osmanlı Padişahları Tarih Şeridi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Bilecik Belediyesi tarafından şehre kazandırılan Osmanlı Padişahları Tarih Şeridi, gerek hemşehrilerimiz gerekse misfafirlerimiz tarafından büyük bir beğeniyle karşılandı. Eser, gerek yeşil alanlarıyla gerekse diğer görsel öğeleriyle şehrin turizm hayatına çeşitlilik getirdi. Osmanlı Padişahları Tarih Şeridi, aynı zamanda bir eğitim projesi olarak büyük bir öneme sahip. Eser sayesinde Osmanlı padişahları ve her bir padişahın devrinde yapmış olduğu icraatlar, muhataplarına aktarılıyor. Birbirinden güzel eserlerin yer aldığı Bilecik'imize herkesi davet ediyoruz.



NİHAT CAN, 19 YILDIR BİLECİK BELEDİYESİ'NDE

Nihat Can, 27 Aralık 1965 tarihinde Bilecik'te doğdu. Bilecik İmam Hatip Orta Okulu ve Bilecik Ticaret Lisesi'nde öğrenimini tamamladı. 1987-1997 yılları arasında özel sektörde 10 yıl yöneticilik yaptı. 1999'da Bilecik Belediyesi'nde kamu görevine başladı. 2004-2014 yılları arasında 10 yıl boyunca Bilecik Belediyesi Özel Kalem Müdürlüğü görevinde bulundu.

2009'dan itibaren Bilecik ilinde kurulmamış olan sivil toplum örgütlerinin kurulmasında önderlik yaptı. 2014 yerel seçimlerinde Adalet ve Kalkınma Partisi Belediye Meclis üyeliğine seçildi. 2014'ten itibaren Belediye Başkan Yardımcısı olarak görev yaptı. Bu süre zarfında belediye başkanı olmadığı durumlarda Belediye Başkan Vekilliğini yürüttü. Ayrıca, komisyonlarda görev aldı.

2018'de Bilecik Belediyesi Bilecik Kayı Gıda Temizlik Turizm Sanayi ve Ticaret AŞ Yönetim Kurulu Başkanı olarak seçildi. 2014'ten bu yana Marmara Belediyeler Birliği Meclis üyesi görevini sürdürüyor.

2005 Bilecik Belediye Spor Kulübü'nde de görev alan Nihat Can, 4 Mayıs 2018 tarihinde Bilecik Belediye Başkanlığı görevine seçildi. 19 yıldır Bilecik Belediyesi'nde çeşitli görevlerde bulunan Can, 2 çocuk ve bir torun sahibi.











OSMANELİ BİLECİK'İN ANTALYA'SI

İKLİM OLARAK BİLECİK'İN ANTALYA'SI OLDUKLARINI VE BU AVANTAJI TARIMDA KULLANDIKLARINI BELİRTEN OSMANELİ BELEDİYE BAŞKANI MÜNÜR ŞAHİN, "İLÇEMİZ YAKINDA TURİZM, TARIM VE SANAYİDE ÇOK FARKLI BİR KONUMA GELECEK." DİYOR.


Münür Şahin

Tarihi ve turistik potansiyeliyle ön plana çıkan Bilecik'in en güzel ilçelerinden biri Osmaneli. Belediye Başkanı Münür Şahin ile başta turizm olmak üzere ilçenin potansiyellerini konuştuk.

Öncelikle ilçenizin turizm potansiyelinden bahseder misiniz?

Osmaneli, milattan önce 8 binli yıllara dayanan çok eski bir yerleşim yeri. Tarihi açıdan bir özelliği de 1075 yılında Selçuklular'ın hâkimiyetine girip bugüne kadar kesintisiz Türk kenti olarak gelmesi. 1075'ten bu yana hiçbir zaman işgale uğramamış, kurtuluş günü olmayan bir kentiz. Bu da doğal afetler dışında tarihi ve kültürel varlıklarımızın korunması anlamına geliyor. Bunlar arasında en büyük sivil mimari örnekleri Osmaneli konakları. Bunlar Roma, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinden kalma. Kültür ve Turizm Bakanlığı'mızın da katkılarıyla buraların restorasyon çalışmalarına devam ediyoruz. 350 bin metrekarelik sit alanımız var. Çalışmalar bittiğinde çok


İçmeler Kaplıcası

güzel bir cadde, sokak ve tarihi çarşımız ayağa kalkmış olacak. Bu da bizi turizmde çok farklı bir noktaya getirecek.

Sakarya Nehri de Osmaneli için önemli bir avantaj değil mi?

Evet, Sakarya Nehri de ilçemiz için ayrı bir güzellik. Osmaneli'nin içinden geçen nehir kıyısında çok güzel parklar yapıyoruz. Tamamı bittiğinde 6 kilometre uzunluğunda bir park olacak. Bu da ilçemize ayrı bir değer katacak. Su sporlarını da bu projenin içine katmak istiyoruz.

İkliminiz de yumuşak. Bunu avantaja çevirmek için neler yapıyorsunuz?

İlçemiz Bilecik'in Antalya'sı. Rakımı 110 ve Akdeniz iklimine yakın. Bu avantajı özellikle tarımsal ürünlerde kullanıyoruz. İnşallah tarımda da çok farklı bir noktaya geleceğiz.

Marmara ve Batı Karadeniz'i Ege, Akdeniz ve İç Anadolu'ya bağlayan anayol eskiden ilçenizin içinden geçiyordu. Bu durum Osmaneli'ni nasıl etkiledi?

Duble yol projeleriyle birlikte anayol dışarıya alınınca esnafımız tepki göstermişti. Şimdi o eski yol Osmaneli'nin trafiğini kaldırmıyor. İlçemiz için çevreyolundan bahsediliyor. Halkımız ışıklarda beklemekten şikayetçi. Bölünmüş yol ilçenin içinden geçseydi demek ki trafiğimiz felç olacaktı. Biz ayrıca anayol kenarına benzin istasyonu ve hal binası ile dinlenme, turizm ve alışverişe yönelik tesisler yaparak anayolun ilçemiz dışından geçtiği imajını ortadan kaldıracağız. Ayrıca, şu an anayolun kenarında şifalı sularımızın bulunduğu 100 yatak kapasiteli İçmeler Tesisleri var. Emeviler döneminden kalma. Burası sağlık turizminde çok önemli bir konuma gelecek.



Osmaneli'nin sporda da iyi olduğunu duyduk.

Spor turizmini de etkin kullanıyoruz. Geçen sene U15'lerde Futbol Federasyonu ile bir turnuva düzenledik. Galatasaray, Fenerbahçe gibi takımlarımız da iştirak etti. Bu turnuvayı ağustosta tekrarlayacağız. Ayrıca, 1308 Osmaneli Belediyespor kulübümüzle 17 branşta faaliyet gösteriyoruz. Futbolda bu sene 14 yaş grubu hariç -ki onda da final oynayıp penaltılarla kaybettik- tüm yaş gruplarında ve A takım olarak Bilecik şampiyonu olduk. Tüm branşlarda 500 lisanslı sporcuya sahibiz. Spordaki bu çalışmalarımızın Türkiye çapında örnek olduğunu düşünüyorum.









SANAYİDE BÜYÜYEREK NÜFUS ORANIMIZI ARTIRMAK İSTİYORUZ

Osmaneli aynı zamanda bir sanayi kenti. Bununla ilgili yeni projeler var mı?

690 bin metrekarelik organize sanayi bölgemiz vardı. Doluluk olarak belli bir noktaya gelmiş durumda. Bunun haricinde biz 4 milyon metrekarelik sanayi parseli oluşturup yarısını satışa sunduk. Büyük şirketler burayla ilgili flört halinde. Yakın zamanda bu parsellerde çok hızlı bir gelişme bekliyoruz.

15 bin nüfuslu Osmaneli olarak en büyük hedefleriniz neler?

Osmaneli olarak dört büyük hedefimiz var. Birincisi, yaşam kalitesini artırmak. Halkımızın mutlu olması ve ilçemize gelen kamu yöneticilerinin Osmaneli'de kalması için yaşam kalitesinin artması gerekiyor. İkincisi, turizmde öne çıkmak. Üçüncüsü, tarımda yeni ürünlere ve yeni pazarlara yönelmek. Bunun için paketleme tesisi yaptık, hal binası da yapıyoruz. Migros, Carrefour ve Tarım Kredi Kooperatifi ile ortak projelerimiz var. Dördüncüsü de sanayide büyüyerek nüfusumuzu artırmak. Altyapı olarak 60 bin nüfusu kaldıracak durumdayız.

14 yıllık Bilecik Belediye Başkanlığı görevinden istifa ederek milletvekili adayı olan Selim Yağcı, şehre hizmet etmeye devam edeceğini söylüyor: “Kuruluş, diriliş ve kurtuluşun şehri Bilecik, inşallah şahlanışın da merkezi olacak.”

Selim Yağcı

BİLECİK YENİ DÖNEMDE ŞAHLANIŞIN ŞEHRİ OLACAK

Bilecik, son dönemlerde adından sıkça söz ettiriyor. Şehirleşme, turizm, ekonomi, sanayi ve ulaşımda büyük bir atılım gerçekleştirmesinde uzun yıllar Bilecik Belediye Başkanlığı yapan Selim Yağcı’nın rolü büyük. Yağcı, 24 Haziran seçimleri öncesi görevinden istifa ederek AK Parti’den milletvekili adayı oldu. Selim Yağcı ile adaylığını ve projelerini konuştuk.

Öncelikle uzun yıllar hizmet verdiğiniz Bilecik ile ilgili düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

Bilecik, bugün adına yakışır biçimde ekonomi, sanayi, ulaşım, turizm ve eğitimde Türkiye’nin 2023 vizyonunda geri kalmama adına var gücüyle çalışıyor. Bilecik, bu sorumluluğun farkında. Tarihte olduğu gibi Yeni Türkiye yolunda da dirilişin ve şahlanışın şehri olma noktasında önemli projeleri uygulamaya koyuyor. Çok yakında gerek ülkemizde gerekse dünyada kendisinden bahsettirecek altyapıya sahip. Tarihi dokusu ve doğal güzelliklerini koruyarak ekonomi ve sanayide bir hayli başarı elde etmiş olan Bilecik geliştikçe ülkemiz de gelişecek. Elbette bizler bu büyüme ve gelişme sürecinde en büyük sorumluluğu taşıdığımızın farkındayız. Bu uğurda gerçekleştirdiğimiz proje ve çalışmaların birçok kurum ve kuruluş tarafından takdirle karşılanması ve ödüllendirilmesi, gerçekten çok güzel bir duygu. Bu takdir ve ödüllerin, bundan sonraki çalışmalarımızda bize enerji vermesi yönüyle de çok değerli olduğunu düşünüyorum. Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan, Başbakanımız Binali Yıldırım ve hükümetimizin çok değerli üyeleriyle güzel çalışmalar yapmaya devam edeceğiz.

VAKİT BİLECİK VAKTİ

2000’li yıllara kadar Bilecik yatırımlardan uzaktı. Gelinen noktayla ilgili neler söylemek istersiniz?

Bildiğiniz gibi diriliş, kuruluş ve kurtuluşun şehri Bilecik; İstanbul, Ankara, Eskişehir, Sakarya, Kocaeli, Bursa gibi metropol şehirlere yakın ve ülkemizin ana ulaşım güzergâhları üzerinde. Bununla birlikte Bilecik’in son 100 yıllık tarihine baktığımızda, ne yazık ki birçok kez işgalciler tarafından yakılıp yıkıldığını da biliyoruz. Yani

şu anki Bilecik, aslında küllerinden yeniden doğmuş bir şehir. Son çeyrek asırlık zamana göre değerlendirdiğimizde ise yine ne yazık ki Bilecik'in birçok anlamda hak ettiği değeri alamadığını görüyoruz. 2000'li yılların başına kadar bir taraftan yatırımlardan uzak kalırken bir taraftan da göç vermiş. Ancak çok şükür Bilecik ile ilgili bu olumsuzlukları bir bir aşıyoruz. 14 yıllık Belediye Başkanlığı dönemimizde 3 aşamalı gerçekleştirdiğimiz çalışma planımızda şehrin temel ihtiyaçlarını giderdikten sonra alt ve üst yapı çalışmalarıyla kentin vizyonunu belirledik. Son 5 yıllık dönemde ise Bilecik'imizi ülkemiz ve dünya arenasında öne çıkaracak birçok tanıtım ve turizm faaliyeti gerçekleştirdik.

Yakın döneme kadar yatırımlardan uzak kalması, doğallığını koruması açısından bir avantaj sağlamış aslında. Siz bu avantajı nasıl kullanmayı düşünüyorsunuz?

Bizler, etrafımızdaki kalabalık ve doğallığını yitirmiş metropollerin aksine, Bilecik'in sahip olduğu doğal güzellik ve özellikleri kullanarak, büyüyen ve gelişen bir il olması için çalıştık, çalışıyoruz. Bizler Bilecik'imizin, günümüzün mimari özellikleriyle işlenmiş yapıların yanı sıra doğayı işgal etmeyen, yeşillikten ve doğallıktan ayrılmayan, gelecek nesillerin dünyasından fazla bir şey almayan tarzda yapılaşmasını istiyoruz. Yani, sahip olduğu değerlerle Bilecik gibi büyümesi ve gelişmesi arzusundayız. Bütün bu çerçevede ilimizi ele aldığımızda ve hedeflerimizi başardığımızda, her yönüyle marka olmayı yakalamış bir şehir olacağımıza inanıyorum. Cumhurbaşkanımız, Başbakanımız ve hükümetimizin değerli üyeleriyle birlikte 'Vakit Bilecik Vakti, Vakit Türkiye Vakti' hedefi doğrultusunda çalışmalarımıza devam edeceğiz.

BİLECİK İÇİN YENİ HEYECANLARIMIZ VAR

Uzun yıllar belediye başkanı olarak Bilecik'e hizmet ettikten sonra milletvekili adayı oldunuz. Bununla ilgili neler söylemek istersiniz?

Öncelikle bizlere bu şerefli ve önemli görevi tevdi eden Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan, Başbakanımız Binali Yıldırım, hükümetimizin değerli üyeleri ve hemşehrilerime şükranlarımı ifade etmek istiyorum. 14 yıl önce Belediye Başkanlığı görevine yine aynı onur ve gururla geldik. İnşallah milletvekilliği görevine de bu düşünce ve heyecanla devam edeceğiz. Bizler 14 yıl önce de 'Bilecik' dedik, 'Türkiye' dedik, 'insanımız' dedik. Bundan sonra da temel düşünce ve çalışma noktamız bu değerler olacak. Hemşehrilerimiz belediye başkanlığı döneminde 3 kez bizleri onurlandırdı. Teveccüh göstererek çok sevdiğimiz bu topraklara hizmet etme imkanı verdi. Milletvekilliği için de aynı şekilde bizlere şeref verdiler.







Son olarak, hemşehrilerinize bir mesajınız var mı?

Bizlere şu ana kadar olduğu gibi bundan sonra da güvenen kardeşlerimize, hemşehrilerimize demek istediğim şu ki bizler önemli bir mekanın emanetçileriyiz. Bilecik, Osmanlı Devleti'ne kuruluş toprakları olduğu gibi Yeni Türkiye'nin de kurtuluşa erdiği bir şehir. Yine aynı şekilde Bilecik dirilişin ve inşallah şahlanışın da şehri olacaktır. Bizler her zaman bu değerin önemine vardık ve bu anlamda ne kadar sorumluluk taşıdığımızın farkındayız. Ecdat diyarı Bilecik'imizi layık olduğu en iyi konuma getirmek için bütün çabamızla, gayretimizle çalışacağız. Güçlü bir bilecik ve güçlü bir Türkiye için bütün imkânlarımızı kullanacağız.

ENERYA İLE DOĞALGAZ ABONESİ OLMAK ARTIK DAHA KOLAY

10 ilde 1 milyon 200 bini aşkın aboneye doğalgaz arzı sağlayan Enerya, Türkiye'de ilk defa doğalgaz abonelik işlemlerini online platforma taşıdı.

Enerji sektörünün öncü ve lider markası Enerya, müşteri memnuniyeti odaklı hizmet anlayışıyla ilkleri gerçekleştirmeye devam ediyor. 10 ilde 1 milyon 200 bini aşkın aboneye doğalgaz arzı sağlayan Enerya, Türkiye'de ilk defa doğalgaz abonelik işlemlerini online platforma taşıdı.

Müşteri Hizmetleri Müdürü Değer Taşlardan, Enerya olarak teknolojiye dayalı müşteri hizmetleri uygulamalarına yatırım yaptıklarını belirterek "Doğalgaz dağıtım sektöründe bir ilki gerçekleştirdik. Enerya kentlerinde doğalgaz abonesi olmayı kolaylaştırdık. Doğal gaz ekonomisi ve konforunu yaşamak isteyenler müşteri hizmetleri merkezlerimize gelmeden web sitemizde yer alan online işlemler üzerinden evlerinden ya da ofislerinden kredi kartıyla doğalgaz abonesi olabilecekler." diye konuştu.

Taşlardan, teknolojiye yaptıkları yatırımlarla enerji sektöründe fark yarattıklarını belirterek "Müşteri memnuniyeti odaklı hizmet anlayışıyla sektörümüzün öncüsü olmaya devam ediyoruz. Dijitalleşen dünyada hızın öneminin farkındayız. Zaman yönetiminde öne çıkarak sektörümüzde fark yaratıyoruz. Online olarak yapılacak 'Abonelik Sözleşmesi' işlemleri, hız çağının bir gerekliliğiydi." dedi.

4 DAKİKADA ABONELİK İŞLEMİ

Abonelik işlemlerinin online platforma taşınması sürecini yürüten Müşteri İlişkileri Yöneticisi Ebru Ercan da online abonelik işlemleri için altyapı çalışmalarının bir yıl sürdüğünü ifade ederek "Abonelerimiz için web


Ebru Ercan


Değer Taşlardan

sitemiz üzerinde Abonelik Sözleşmesi işlemlerini gerçekleştirebilecekleri online platform oluşturduk. Nisan itibariyle platformu web sitemizdeki online işlemler bölümüne ekledik." şeklinde konuştu.

Nisanda pilot bölgede ilk uygulamanın başladığını ifade eden Ercan, şöyle konuştu: "Kontrollü ve takip mekanizmalarını işletebileceğimiz bir yapı kurmak için ilk olarak Aksaray'da çalışmayı devreye aldık. Mayıs itibariyle de Antalya'da online sözleşme işlemleri yapılmaya başlandı. Çok kısa süre içerisinde tüm Enerya kentlerinde abonelik işlemleri online platformdan yapılabilecek. Süreçle ilgili bağlantı sözleşmesini yapıp doğalgaz kullanmayan ve doğal gaz kullanımını kapatmış olan abonelerle sertifikalı firmaları SMS ve e-posta aracılığıyla bilgilendiriyoruz."

Ebru Ercan, şöyle devam etti: "Abonelerimizi 4 dakika gibi kısa bir sürede kendi işlemlerini yapabilecekleri 7/24 kesintisiz hizmet sunan güvenli ve konforlu bir platforma kavuşturduk. Bu platformla abonelerimiz müşteri hizmetleri merkezlerine gelmeden evlerinden ya da ofislerinden www.enerya.com.tr adresi üzerinden abonelik sözleşmesi işlemlerini kredi kartıyla gerçekleştirebilecek. Online Abonelik Sözleşmesi işlemi tamamlandığında abonemize mesafeli sözleşme, tahsilat makbuzu ve süreci aktardığımız e-posta gönderilerek randevu süreci hızlıca ilerletilmektedir."



MARKALAŞMAK İÇİN PERSONEL SEÇİMİ ÇOK ÖNEMLİ

Wish More Hotel Istanbul Genel Müdürü Erkan Akkurt: "Özellikle hizmet sektöründe seçilen personelin eğitimi, işine yaklaşımı, kendini geliştirme isteği, kişisel özellikleri ve iletişim becerileri, marka imajının oluşmasında çok önemli."

Personel seçimi, markalaşmak isteyen her kurum için çok önemli. İki yıl önce İstanbul Bayrampaşa'da hizmete giren ve kısa sürede adından söz ettiren Wish More Hotel İstanbul, personel seçimine çok dikkat eden işletmelerden. Wish More Hotel Istanbul Genel Müdürü Erkan Akkurt, konuyla ilgili sorularımızı cevapladı.

Personel seçiminin marka değerine etkisi nedir?

Özellikle hizmet sektöründe seçilen personelin eğitimi, işine yaklaşımı, kendini geliştirme isteği, kişisel özellikleri ve iletişim becerileri, sağlam ve etkili bir marka imajının oluşmasında çok önemli. Misafirler, tedarikçiler ve çalışma arkadaşlarıyla kurduğu iletişim süreçlerinin her aşamasında hassasiyet gösteren, çevreye duyarlı, işiyle ilgili gerekli donanıma sahip, alternatif çözümler üretebilen, kendini geliştirmek isteyen, güvenilir ve hayalleri olan çalışanların bulundukları kuruma olan katkısı, kuruma olan inancı artırırken, güven ortamının oluşturulmasına da yardımcı oluyor.

Personelin markayı taşıyabilme kapasitesi ve markaya bağlılığı nasıl olmalı?

Markayı taşıyabilme kapasitesi ile markaya bağlılık, ayrı değerlendirilmesi gereken iki konu. Personelin markayı taşıyabilme kapasitesi, sizin marka olarak beklentilerinizle belirleniyor. İhtiyaç ve beklentilerinizi çok net ortaya koyarak ulaşmak istediğiniz profile bir dokunuş sağlayabiliyorsunuz.

Peki, markaya bağlılık…

Markaya bağlılık ise çalışanın talepleri, beklentileri ve hayata bakış açısıyla ilişkilendirilebilir. Çalışanlar olarak elbette ilk etapta olmazsa olmaz karşılanması gereken ihtiyaçlarımız var. Tüm maddi gereksinimlerin giderildiğini düşündüğümüz bir marka olsak bile, bu markanın yasalar karşısındaki tavrı, doğaya, çevreye sürdürülebilirlik anlamındaki yaklaşımı, katkısı, sosyal sorumluluk projelerindeki yeri, markaya bağlılık konusunda eskisinden çok daha fazla önem taşıyor. Tüm bunlarla birlikte özellikle Y kuşağı ile birlikte çalışıyorsanız her kademedeki çalışanın düşüncelerinin önemsendiğini hissettirmeniz gerek. Birtakım kararların alınmasında onları da ortak etmek bu bağlılığın oluşmasında önemli etkenler. Z kuşağı ile de staj noktasında birlikte çalışıyoruz. Bu kuşakları iyi analiz edip beklentilerini, motivasyon kaynaklarını iyi bilmek gerekiyor. Marka bağlılığı ve markayı geleceğe taşımak bu kuşakların iyi tanınmasıyla yakından ilgili.

Personel seçimi yaparken ve sonrasında dikkat ettiğiniz unsurlar neler?

Öncelikle iletişimi çok düzgün insanlarla çalışmak istiyoruz. Algısı ve farkındalığı yüksek, temas halinde olduğu tüm çevrelerle gerekli iletişimi kuran, doğaya ve insana saygılı profillerin ekibimizde olmasını arzu ediyoruz. Yaşamdaki döngüye uyum sağlayan, hayalleri ve hedefleri olan, imkânları kullanabilen, araştıran, okuyan, sorgulayan ekip arkadaşlarımız olsun istiyoruz. İşini severek yapan tüm çalışma arkadaşlarımıza hayranlık duyuyor ve uzun yıllar birlikte çalışmak istiyoruz. Son olarak da güvenilir ekip arkadaşlarına önem veriyoruz. Ekip içinde güvenli bir ortamın yaratılması ise ilk etapta markanın sorumluluğunda. Çalışanlara bu güven ortamını sunduktan sonra ekibe dahil edilecek güvenilir profiller, yüksek performansın da kaynağı oluyor.


Erkan Akkurt

SIRADIŞI VE MODERN BİR KONGRE MERKEZİNE SAHİBİZ

Pullman Istanbul Airport Hotel & Convention Center ile Mercure Istanbul Airport Hotel, Accor zincirine bağlı iki farklı 5 yıldızlı otel olarak hizmet veriyor. Satış ve Pazarlama Direktörü Tamer Şenol, iki otelle ilgili sorularımızı cevapladı.

Öncelikle, Pullman Istanbul Airport Hotel & Convention Center ile Mercure Istanbul Airport Hotel hakkında kısaca bilgi alabilir miyiz?

Pullman Istanbul Airport Hotel & Convention Center, Mercure Istanbul Airport Hotel ile birlikte toplamda 780 odalık kapasitesinin yanı sıra İstanbul'un en önemli kongre merkezlerinden biri. Toplamda 16 bin metrekareyi aşan kapalı alana sahip olan ve 4 ana girişi bulunan Pullman Convention Center, bin 680 metrekarelik kolonsuz balo salonu, 34 farklı şekilde konfigüre edilebilen 50 toplantı salonuyla uluslararası ve ulusal kongrelere, toplantı, fuar ve düğün gibi her türlü organizasyona ev sahipliği yapabilmektedir.

Otelleriniz arasında hizmet ve misafir segmenti açısından farklar var mı?

Her iki otelimizde 5 yıldızlı hizmet veren tesisler olmakla beraber Pullman Istanbul Airport Hotel & Convention Center, konsepti ve ayrıcalıklarıyla lüks segmentte yer almaktadır. İki otelimizdeki hizmet ve ayrıcalıklardan doğan fiyat çeşitliliğimizle, kongre ve toplantı grupları ağırlıklı olmak üzere oldukça geniş bir yelpazeye hitap ediyoruz.

Otellerinizin en büyük özellikleri ve avantajları neler?

Tek bir çatı altında Accor zincirine bağlı iki farklı 5 yıldızlı otel olarak, birçok etkinliğe ve gruba aynı anda ev sahipliği yapabiliyoruz. Farklı kategorideki oda ve suitlerimizle misafirlerimizin talep ve beklentilerine doğru cevap verebilen konforlu bir konaklama hizmeti sunuyoruz. Bununla birlikte İstanbul'da son teknoloji teknik altyapısı ile sıradışı ve modern bir kongre merkezine sahibiz. Farklı kategorilerde 5 yıldızlı iki oteli bünyesinde bulunduran bir kongre merkezi olarak, İstanbul'un en önemli komplekslerinden biri olmak için emin ve iddialı adımlarla misafir memnuniyeti odaklı bir şekilde ilerliyoruz.

Atatürk Havalimanı'nın kapanıp 3. Havalimanı'nın açılacak olması otellerinizi nasıl etkileyecek?

3. Havalimanı'nın hizmete girmesinin ardından Atatürk Havalimanı'nın yerine Millet Bahçesi yapılacağı konusundaki açıklamaları yakından takip ediyoruz. Oldukça önemli bir lokasyonda bulunan bu alanın, megakent İstanbul'a devasa bir yeşil alan kazandırabilecek olması ile İstanbul turizmine ve otellerimize pozitif katkı sağlayacağını ümit ediyoruz.


Tamer Şenol

Pullman Istanbul Airport Hotel & Convention Center ve Mercure Istanbul Airport Hotel Satış ve Pazarlama Direktörü Tamer Şenol: "Farklı kategorilerde 5 yıldızlı iki oteli bünyesinde bulunduran bir kongre merkezi olarak, İstanbul'un en önemli komplekslerinden biri olmak için emin ve iddialı adımlarla misafir memnuniyeti odaklı bir şekilde ilerliyoruz."

Sizin açınızdan 2018 yılı nasıl başladı? 2018 sonundaki beklentileriniz neler?

2018 sene başından günümüze kadar olan süreçte yüksek doluluk oranımızın yanı sıra yükselen döviz kuru sebebiyle TL bazlı gelir artışımız olmasına rağmen, enflasyona bağlı giderlerimizde de artış oldu. Güçlü bir rekabetin söz konusu olduğu havalimanı bölgesinde, başarılı bir grafik sergileyerek ilk 6 ay beklentilerimizin üzerinde gerçekleşti. Pazarla ilgili hedeflerimizde emin ve güçlü bir şekilde ilerleyerek 2018'i aynı başarı ile tamamlamak istiyoruz.

YÜZDE 80'İN ÜZERİNDE DOLULUK BEKLİYORUZ

Sektörün tecrübeli isimlerinden Holiday Inn Şişli Genel Müdürü Duygu Sönmez Özçer, turizmde yüzlerin gülmeye başladığını belirterek 2018'de yüzde 80 ve üzeri doluluk ortalaması beklediklerini söylüyor.


Duygu Sönmez Özçer

Son birkaç yıldaki durgunluğun ardından turizm sektöründe gözle görülür bir hareketlilik yaşanıyor. Oteller 2018'de yüksek bir doluluk oranı bekliyor. Bu otellerden biri de Holiday Inn Şişli. İstanbul'un en stratejik lokasyonlarından birinde yer alan Holiday Inn Şişli'nin tecrübeli genel müdürü Duygu Sönmez Özçer ile kariyerini, oteli ve turizm sezonunu konuştuk.

Kariyerinizle başlayabilir miyiz Duygu Hanım?

25 yılı aşkındır sektördeyim. İstanbul Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü'nden mezun olduktan sonra sektöre garson olarak adım attım. Çeşitli pozisyonlardan sonra 9 yıldır genel müdür olarak kariyerime devam ediyorum. İstanbul'daki birçok 5 yıldızlı otelde çalıştım. 2 yıl da Amerika tecrübem var.

Genelde şehir otellerinde mi çalıştınız?

Evet. Hep şehir otellerinde çalıştım. Amerika'nın dışında bütün tecrübem İstanbul otelciliğinde. Anadolu Yakası hariç bütün lokasyonlarda görev yaptım. Taksim, Gayrettepe, Atatürk Havalimanı ve Old City bölgeleri olmak üzere...

Amerika'da hangi şehirde, hangi otelde bulundunuz?

Bir yıl Güney Caroline'nın Charleston kentinde, bir yıl da New York Manhattan'da bulundum. Renaissance Grubu'nda çalıştım.

Taksim Bölgesi ile Havalimanı Bölgesi'nde görev yapmak arasında farklar oluyor mu?

Yönetim açısından aslında çok bir fark yok. Ama her lokasyonun kendine ait dinamikleri, pazar çeşitliliği mevcut. Gayrettepe Bölgesi'nde yüzde 60 corporate (şirket, iş, toplantı) segmentiyle çalıyorsanız, Old City ya da Taksim Bölgesi'nde bu tamamen yüzde 60 tatil amaçlı segmente dönüyor. Şişli Bölgesi biraz daha farklı. Konumu itibarıyla hem şirket misafirlerini hem de tatil turizmini içeriyor. Şişli Bölgesi çok avantajlı bu anlamda. Birçok segmentle çok rahat çalışabiliyorsunuz.

EYLÜLE KADAR OLAN SÜREÇTE ÇOK DAHA İYİ OLACAĞIZ

Yabancı müşteri potansiyeliniz genel olarak hangi ülkelerden?

İstanbul'un, daha doğrusu Türkiye'nin bir gerçeği, Ortadoğu pazarı. Dolayısıyla biz de Ortadoğu pazarıyla yoğun çalışıyoruz. Körfez ülkeleri, Irak, Filistin, Cezayir, İran... İran geçen yıl iyiydi. Bu sene çok daha iyi. Avantajlı bir lokasyonda olduğumuz için Avrupa'dan gelen misafirlerimiz de var. Bu tabii





çok sevindirici. 9 toplantı salonumuz olduğu için birçok ulusal ve uluslararası şirketin toplantılarına da ev sahipliği yapıyoruz.

Müşterilerinizin otelinizde ortalama kalış süreleri ne kadar?

Sezona göre değişiyor. Kış döneminde 3,5 - 4 gün gibi olan ortalama kalış süresi, yaz döneminde 4,5 - 5, hatta 5,5 güne kadar çıkıyor. Çünkü hazirandan itibaren bir hafta, 10 gün, 15 günlük rezervasyonlarımızın sayısı bir hayli yüksek.



Sezon nasıl başladı?

Turizm, çok kötü iki yıldan geçti. 2017'de gelmeye başlayan sinyaller, 2018'in yüksek olacağını gösteriyordu. Öyle de oldu. Ramazanda biraz azalma olsa da beklentilerimizin üzerinde bir sezon geçiriyoruz. Ülkenin yeniden güvenli hale gelmesi, tüm okları Türkiye'ye ve İstanbul'a çevirdi. Eylüle kadar olan süreçte çok daha iyi olacağımıza inanıyorum.

Rezervasyonlar genelde anlık mı yoksa birkaç ay önceden de gerçekleşiyor mu?

Önceki yıllarda üç-dört ay sonrasını forecast (tahmin) edebiliyorduk. Ne yazık ki son yıllarda son dakika rezervasyonları arttı. Önümüzdeki ayı bile görmek pek mümkün olmuyor.

Sebebi ne peki?

İnsanlar bekliyorlar. Bu tamamen güven ortamının tam olarak oturmayışından kaynaklanıyor. Son dakikaya kadar bekleyip ülkede ters bir şey olmadığını hissettikten sonra tatil planlarını kesinleştiriyorlar. Bir de tabii bu çalıştığınız pazarla alakalı. Avrupa pazarı olması gereken seviyelere geldiğinde bu tablo değişecektir. Çünkü Avrupa, daha planlı hareket eden bir kültüre sahip.

KIŞ DÖNEMİNİ YÜKSEK DOLULUKLA KAPATTIK

İstanbul için Avrupa'dan gelen taleplerde artış var mı?

Var. Son birkaç yılda birçok uluslararası şirket, toplantılarını, eğitimlerini ve Türkiye seyahatlerini durdurmuştu. Şu an Avrupa pazarından toplantı amaçlı talepler gelmeye başladı. Tatil amaçlı taleplerde pek bir değişiklik yok şu an. Ama güneyde bu anlamda bir hareketlilik var. Oradaki meslektaşlarımızın yüzü epey gülmeye başladı. Bu da iyiye işaret. Güvenli bir ortam olduğu takdirde sonbahar gibi Avrupa pazarının İstanbul'a da yansıyacağını düşünüyorum.

2018'de doluluk hedefiniz ve beklentiniz ne yönde?

Yıl genelinde yüzde 80'in üzerinde doluluk ortalaması bekliyoruz. Nevruza kadar olan kış dönemi belirleyici bir kriterdi. Bu dönemi çok yüksek doluluklarla kapattık. Bundan sonraki süreçte de yüzde 95'in altında bir doluluk beklemiyoruz. Ramazanı hariç tutarak söylüyorum tabii bunu. Ramazan doluluklarımız yüzde 75 seviyelerindeydi.

HEM TATİL HEM DE İŞ SEGMENTİNE HİTAP EDİYORUZ

Otelinizin genel özelliklerinden bahsedebilir misiniz?

Otelimiz çok stratejik bir lokasyonda. Konumu itibarıyla Taksim'e, alışveriş merkezlerine, Old City Bölgesi'ne ve İstanbul Kongre Merkezi'ne çok yakın. İş dünyasının göbeğinde diyebiliriz. Hem tatil hem de iş segmentine hitap eden bir oteliz. Uluslararası bir zincirin halkasıyız. Dolayısıyla yabancı misafirlerimizin de en büyük tercih sebeplerinden biriyiz. Sonuçta Holiday Inn, dünyanın neresine giderseniz gidin aynı standardı bulacağınız bir marka. Bu da insanlarda güven duygusunu oluşturuyor tabii. Otelimizde değişik kategorilerde 168 oda ve 9 toplantı salonu var. 10 kişiden 250 kişiye kadar toplantı gruplarına ev sahipliği yapabiliyoruz. Toplantı salonlarımızın teknik altyapısı oldukça güçlü ve tavan yükseklikleri de bir hayli fazla. Otelimizde ayrıca SPA ve fitness alanımız mevcut. Kapalı yüzme havuzumuz ve masaj odalarımız da bulunmakta.

HEDEFİMİZ YÜZDE 100 DOLULUK VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Boyalık Beach Çeşme Hotel Genel Müdürü Orhan Belge: "Hedefimiz, önceki yıllarımızda olduğu gibi yüzde 100 doluluk ve yüzde 100 müşteri memnuniyetiyle sezonu kapatmak."

Yaz geldi. Tatil için en gözde otellerden biri, Boyalık Beach Çeşme Hotel. Çeşme ve Alaçatı'ya çok yakın bir mesafede bulunan Boyalık Beach Çeşme Hotel'in Genel Müdürü Orhan Belge, sorularımızı cevapladı.

Öncelikle, turizm sezonu nasıl başladı?

2017'de başlayan yükseliş, 2018 erken rezervasyon döneminde de devam etti. 2018 sezonunun olumlu geçeceğini söyleyebiliriz. Erken seçim kararı, sektör açısından bazı tatil tercihlerinin revize edilmesine neden olsa da seçimin sezonun başlangıcında olması bir avantaj ve sektör açısından büyük bir kayıp yaratmayacaktır.

Yaz dönemiyle ilgili kampanyalarınız var mı? Otelinizi tercih edecek olan müşterilerinize ne tür avantajlar sağlıyorsunuz?

Her sene olduğu gibi erken rezervasyon dönemine bağlı olarak indirim ve fırsatlar sunuyoruz. Çocuk dostu bir otel olmamız sebebiyle çocuklara yönelik faaliyetler ve bu anlamda



Orhan Belge

çocuklara ücretsiz konaklama imkanları açısından ailelerin özellikle tercih ettiği otellerin başında geliyoruz.

Ailecek doyasıya tatil yapmak isteyen müşterilerinize unutamayacakları eğlenceler anlamında ne tür imkânlar sunuyor ve aktiviteler düzenliyorsunuz?

Çocuk dostu otel ve tatil konseptimiz sayesinde özellikle çocuklara yönelik birçok etkinliğimiz mevcut. Bayram ve özel günlerde de bu konsepte bağlı kalarak tatil planlaması yapan otelimiz, palyaço, mini club, yüz boyama, resim atölyeleri ve animasyonlarla özellikle çocuklarıyla tatil planlayan aileler için büyük imkânlar sunuyor.



Otelinizin öne çıkan özellikleri?

Otelimiz mavi bayraklı plajıyla çok tercih edilen bir lokasyonda bulunuyor. Mimari olarak deniz gören geniş cephesi, açık ve kapalı havuzlarının yanında SPA imkanı ve termal tesisleriyle ön plana çıkan bir otel. Otelimiz, dört dörtlük tatil yapmak isteyen konukların tüm konforu düşünülerek projelendirilip inşa edildi. Bu anlamda konforlu yapısıyla konuklardan tam puan alıyor.

Otelinizin oda, havuz, plaj, lokasyon, restoran ve benzeri açılardan özellikleri neler?

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı tarafından mavi bayrak ödülü almaya hak kazanan plaja sahibiz. Otelimiz ayrıca yeşil yıldız belgeli. 120 metre uzunluğundaki ince kum plajımızda misafirlerimize doyasıya deniz keyfi yaşatıyoruz. Eğitimli ve uzman kadromuzla müşteri memnuniyetini esas alıyoruz. İş yaşamının stresinden kurtulmak isteyen müşterilerimize Boyalık Shine SPA ile eşsiz bir dinlenme vaat ediyoruz. Doğal terapi yöntemleri, eşsiz kumsalı, havuzları ve spor salonlarıyla tam donanımlı bir tatil keyfi sunuyoruz.

Yaz sezonuyla ilgili beklentileriniz ve hedefleriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Beklentilerimiz ve hedefimiz, seçim döneminin etkilerini minimum hissederek önceki yıllarımızda olduğu gibi yüzde 100 doluluk ve yüzde 100 müşteri memnuniyetiyle sezonu kapatmak.

HER TÜRLÜ TATİL VE ETKİNLİK İÇİN İDEAL BİR ADRESİZ

RADISSON BLU HOTEL & SPA İSTANBUL TUZLA SATIŞ DİREKTÖR YARDIMCISI SERKAN DUMLUPINAR: "OTELİMİZ; TOPLANTI, KONGRE, ÖZEL ETKİNLİK, AİLE TATİLİ, GRUP BULUŞMALARI VE ROMANTİK BİR HAFTA SONU İÇİN İDEAL BİR ADRES."

Radisson Blu Hotel & Spa Istanbul Tuzla Satış Direktör Yardımcısı Serkan Dumlupınar, yaz sezonuyla ilgili sorularımızı cevapladı.

Sezon nasıl başladı? Doluluk oranlarınız ne durumda?

İstanbul için turizm sezonunun ümit vaat ettiğini söyleyebilirim. İlk 5 ayda doluluk oranlarımızdaki yükselişle birlikte yüzde 14 gelir artışı gerçekleşti. Fiyatlarda ise yüzde 27 artış söz konusu. Uzakdoğu grupları tekrar İstanbul'a gelmeye başlıyor ve Ortadoğu gruplarının rezervasyonları gelmeye devam ediyor. Yazın doluluk oranlarımızın yüzde 70'in üzerinde olacağına inanıyorum.

Yaz dönemiyle ilgili kampanya ve indirimleriniz var mı?

Özellikle hafta sonlarına özel yüzde 50'ye varan indirimlerle standart odada 2 kişi konaklama ve açık büfe kahvaltı, açık-kapalı yüzme havuzları, sauna, locanium, Türk hamamı, jakuziler, fitness salonu ve muhteşem Zen bahçesi kullanımı sunuyoruz. Sadece havuz ve SPA kullanımı için gelen konuklarımıza da çok özel indirimli paketlerimiz ve ikramlarımız oluyor. Havalimanı ve alışveriş merkezlerine ücretsiz ulaşım imkânı da sunuyoruz.

Müşterilerinize unutamayacakları eğlenceler anlamında ne tür imkânlar sunuyor ve aktiviteler düzenliyorsunuz?

Otelimizin açık havuzunda aqua gym, aqua zumba ve su voleybolu gibi aktivitelerin yanı sıra çim alanda pilates ve nefes aktiviteleri düzenliyoruz. Çocuklar için de mini havuz ve oyun parkımız bulunmakta. Ayrıca açık havuz alanımızda lezzetli barbekü partileri düzenliyoruz.



Serkan Dumlupınar

Otelinizin mimari ve tasarım olarak öne çıkan özellikleri neler?

SPA konseptini odalara kadar taşıyan, resort otel mimarisi özelliklerine sahip bir oteliz. Şık, modern ve gün ışığı alan lobimiz otele gelen misafirleri etkilemeyi başarıyor. Oda koridorlarının atrium konseptinde tasarlanmış olması şıklığın yanı sıra ferahlık da katıyor. Geniş ve konforlu odalarımız, balkon ve hamam kurnalı banyolarıyla dikkat çekmekte. Gerçek bitkilerden oluşan peyzaj çalışmaları ise otelimize ayrı bir güzellik katıyor. SPA alanımız ve modern açık havuzumuz, misafirlerimizin vazgeçilmez tercihi.

Otelinizin lokasyonuyla ilgili bilgi verebilir misiniz?

Otelimiz, şehrin kalabalığından ve stresinden uzaklaşmayı mümkün kılan bir konumda yer alıyor. Otoyol bağlantı yolları sayesinde kolayca ulaşılabilen, trafikten uzak bir lokasyonda bulunuyor. Üstelik bölgenin önemli ve modern alışveriş merkezlerine sadece 10 dakikalık mesafede. Otelimiz toplantı, kongre ve özel etkinliklerin yanı sıra münferit misafirlerimize hizmet ettiğimiz aile tatilleri, grup buluşmaları veya romantik bir hafta sonu için de ideal bir adres olarak öne çıkıyor.



Yaz sezonuyla ilgili beklentileriniz neler?

2017'ye kıyasla 2018'in daha iyi geçeceği inancındayız. Yaptığımız tanıtımların geri dönüşünü aldığımız, misafir memnuniyetini artırdığımız, müşterilerimizde sadakat sağladığımız ve her geçen gün daha da talep edilen bir otel olma yolunda ilerlediğimiz bir sezon beklentisi içerisindeyiz.



Gülşen Yeşildağ Yelkenkaya

Lojistik hizmetlerde müşteri memnuniyeti

Lojistiğin en yaygın tanımında, müşteri ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla yapıldığı ifade edilmektedir. Verilen tüm hizmetler son kullanıcının, yani müşterinin tatmini için düzenlenmektedir. Şirketler zor bir iş yapmaktadır. Bir yandan yoğun rekabetin baskısıyla maliyetlerini azaltmaya çalışırlarken; diğer yandan da müşterilerin artan beklentilerini karşılamak zorundadırlar.

Lojistik şirketlerin başarısı, bu dengenin sağlanmasında olacaktır. Pazarlama, satış, depolama ve dağıtımın birlikte çalışmasıyla müşteri beklentileri ölçülebilmektedir. Amaç bu artan beklentileri karşılayacak depolama ve dağıtım organizasyonunu sağlamaktır.

Kolay olmayan bu ikilemde zor olan, müşteri beklentilerinin neler olduğudur. Farklı sektörlerdeki müşteri isteklerinin farklı olması normaldir; ancak aynı sektörde bile farklı beklentilerle karşılaşıldığı da görülmektedir. Bu farklılığın nedenini anlamak için önce müşteri hizmetlerinin lojistik sektörü içindeki yerini ve değerini, müşteri beklentilerini tanımlamak gerekmektedir.

En çok rastlanan beklentiler şu şekildedir:

-Müşteri talep bilgisinin sisteme giriş anından malın depodan çıkma veya ürünün teslim anına kadar geçen sürenin kısa olması

-Üreticinin talep edebileceği minimum ürün miktarı veya hizmet çeşitliliği

-Belirlenen bir anda sipariş edilen malzemelerden stokta bulunmayanların oranı, bir hizmet beklentisi varsa da bu hizmetlerden işe hazır olma oranı

-Müşterilerin toplam siparişlerinin veya talep ettikleri hizmetlerin tamamlanma süresi

-Satış noktasına ulaştırılan ancak satışa uygun olmayan malzemelerin miktarı

-Müşteriye tanınan ödeme vadesi

Müşteri hizmetlerinin belirlenmesi sırasında bu hizmetin nasıl ölçüleceği de arada imzalanan kontratlara işlemelidir. Ölçülecek konular da aşağıda örnekleri verildiği gibi çok geniş bir göstermektedir.

-Siparişin alınmasından sevke hazır hale gelmesine kadar geçen sipariş hazırlama süreci

-Farklı siparişlerin birleştirilerek tek sevkiyata hazır hale gelinceye kadar olan sipariş konsolidasyon süresi

-Kayıtlı envanter değerlerin, gerçek değerlerle karşılaştırdığımız envanter doğruluk oranı

-Siparişin boyutları ile ilgili limitlemelerde esneklik, siparişin boyutları

-Siparişin kolay aktarılması için siparişin şekli

-Depolama noktasından çıkıp teslim adresine kadar giden sevk süresi

-Aynı kalitede hizmeti alacaklarına emindir süreklilik ve tutarlılık

-Faturanın müşteri isteklerine uygun hazırlanmış olması

-Şikâyetlerin karşılanma oranı, çözüm yüzdesi

-Ürünlerin teslim anındaki durumları, teslim edilen ürün kalitesi

-Siparişlerin online izlenebilmesi imkanı, sipariş takibi

Hangi ürünün lojistiğini yaparsak yapalım, verdiğiniz hizmet ne kadar karışık olursa olsun, müşteri beklentinizi bilmemiz gerekir. Bu beklentiyi gerçekleştirecek hizmeti belirlemek ve hizmeti ölçecek faktörleri ölçmemiz gerekir. Amacımız sadece müşteri beklentisini değerlendirmek olmamalı. Müşterilerimize de bizden bir şeyler istemesini öğretmek durumundayız.

İşlerimizin gelişmesi ancak müşterimize bizim verebileceğimiz kaliteyi istetebilmemizle sağlanacaktır.

BABA MESLEĞİNDE HEDEFLERİMİZ ÇOK BÜYÜK

HTG INTERNATIONAL TRANSPORT GENEL MÜDÜRÜ HAKAN KAYA, "TAŞIMA, BİZİM BABA MESLEĞİMİZ. BABAMIZIN İZİNDEN GİDEREK BU FİRMAYI SEKTÖRDE ÖNEMLİ BİR KONUMA GETİRDİK. HEDEFLERİMİZ ÇOK DAHA BÜYÜK." DİYOR.



Hakan Kaya

HTG International Transport (HTG Kayalar Uluslararası Taşımacılık), sektörün önde gelen firmalarından biri. Genel Müdür Hakan Kaya da hizmet kalitesine ve markalaşmaya önem veren vizyoner bir yönetici. Kaya ile firmanın hikâyesini, sektörü ve hedeflerini konuştuk.

Şirketinizin isminden başlayalım isterseniz. HTG'nin bir açılımı veya hikâyesi var mı?

HTG, üç kardeşin ismi. Hakan, Turan ve Gökhan… Aslında 5 kardeşiz. Diğer iki kardeşim, ailemize ait diğer şirketlerin başında bulunuyor. Ben, Turan Bey ve Gökhan Bey ise HTG Uluslararası Taşımacılık'ın başındayız. UND (Uluslararası Nakliyeciler Derneği) üyesi olan firmamızın geçmişi aslında 1965 yılına kadar uzanıyor. Taşıma, bizim baba mesleğimiz. Babam, emekli tanker şoförüydü. Biz de babamızın izinden giderek bu firmayı sektörde önemli bir konuma getirdik. Hedeflerimiz büyük tabii. Yeni yatırımlarla daha da büyümek istiyoruz.

En çok hangi ülkelere çalışıyorsunuz?

En çok Yunanistan'a çalışıyoruz. Yunanistan'da rekabetçiyiz. Ayrıca Balkanlar'a, Almanya, Macaristan, Polonya gibi Avrupa ülkelerine ve İskandinavya'ya taşıma işi yapıyoruz.

Filonuz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Filomuzda 30 adet öz malımız olan aracımız var. Tenteli taşıma yapıyoruz. İstanbul Halkalı ve Çatalca'da depolarımız var. Büyük depolarımızda serbest depolama yapıyoruz. Bu yıl sonuna kadar filomuza 30 tane daha yeni araç katmayı planlıyoruz. Bunların 15 tanesini ağustosta, diğer 15 tanesini de kasım ayında teslim alacağız.

Ne tür mallar taşıyorsunuz?

Her türlü mal taşıyoruz. Tekstil de var, hammadde de var. Sıvı yük hariç her türlü taşıma yapıyoruz. Taşıma işinde müşteri memnuniyeti olmazsa olmazımız. İşimizi en kaliteli şekilde yaparak HTG markasını daha güçlendirmek için elimizden geleni yapıyoruz.

BELGESİZ PAZARLAMACILAR DENETLENSİN

Sektör olarak sıkıntılarınız var mı?

Tabii ki var. Sıkıntılarımızdan biri, marketing alanında. Yaşadığım ve gördüğüm kadarıyla pazarlamacı personellerin çalıştıkları firmalara para kazandırmak gibi bir derdi yok. 'Pazarlama benim elimde. Bu paraları ben kazanıyorum' düşüncesiyle hareket ediyorlar. Dolayısıyla sektörde böyle bir boşluk var ve operasyonumuzu güçlendiremi-



yoruz. Bu işler belgelerle de olmuyor. Pazarlamacı diyor ki 'Nasıl olsa müşterileri tanıyorum. Niye şu firmaya, bu firmaya kazandırayım ki! Ben direkt yaparım.' diyor. Bu işler için belge çıkarttılar, evrak çıkarttılar; ama uygulayan yok. Bu işi artık evraksız, merdiven altı yapıyorlar. Firma olarak 30 tane aracımız var. Pazarlamacının da müşterileri var. Pazarlamacı diyor ki 'Niye araya firmayı sokayım? Doğrudan kendim yapayım, 500 lira firmaya kazandıracağıma 300 lira kendim kazanırım.' Mantık bu! Sistemde öyle bir boşluk var ki her şey pamuk ipliğine bağlı. Yeterlilik belgesi deniyor ama denetim yok.

Sektörle ilgili dernekler, kurumlar bu sorunlarla ilgili çalışma yapmıyor mu?

Herkes bunlarla ilgili çalıştığını söylüyor ama değişen bir şey yok maalesef. Yetki belgesi olmadan merdiven altı olarak bu işi yapanlar, sektöre ciddi zarar veriyor. Gerek sektörle ilgili derneklerimiz, gerekse devletimiz, bunlarla ilgili denetimler ve çalışmalar yapmalıdır.

MALİYET ARTIŞLARI YETMİYORMUŞ GİBİ CEZALARLA UĞRAŞIYORUZ

Mazot fiyatlarının artması ve 3. Köprü'ye yönlendirilmeniz sizi nasıl etkiliyor?

Şu an sektör olarak mazot fiyatlarının artmasından ciddi etkileniyoruz. Köprülerde de ciddi bir maliyet var. 3. Köprü'ye yönlendirilmemizden dolayı yolumuz 100 kilometre daha uzadı. Zaman kaybımız var ayrıca. Maliyetlerimiz o kadar arttı ki… Derdimizi anlatıyoruz. 'Önce öde, sonra itiraz et' diyorlar. Klasik bürokrasi anlayışı. Tüm maliyetlerimizi fiyatlara yansıtamıyoruz. Yabancılarla da rekabet ediyoruz çünkü. Fiyat garantimiz yok.

Sektörde başka ne tür sıkıntılarınız var?

Şu an kapılarda T1 (transit işlemlerde kullanılan özet beyan, teminatlı giriş) yaptırıyoruz. Araçların belli bir sürede İpsala Sınır Kapısı'ndan Halkalı Gümrüğü'ne gelmesi gerekiyor. İpsala'dan Halkalı'ya son sürat gelse 5 saat. Ama verilen süre 3 saat. Geç kaldın, ceza! Abartmıyorum, ayda 25-30 bin lira ceza ödüyoruz. Derdimizi anlatamıyoruz. Araçlar antrepolara zamanında gelmiş, memur yok! Memur yok diye sisteme giriş yapılamıyor. Araya cumartesi, pazar giriyor. Pazartesi oluyor, 2 gün, 3 gün ceza! Bugün yine bir ceza geldi 400 küsur lira. Memur arkadaşlarımıza bir sözümüz yok elbette. Bürokrasi ağır işliyor. Çözüm odaklı değil, problem odaklı çalışan sistemin gözden geçirilmesini istiyoruz. Teknolojinin bu kadar geliştiği günümüzde birçok şeyin devreden çıkması gerekiyor. Ayrıca, devletin vatandaşına güvenmesi lâzım. Güvenmediği için bu tür zorluklar yaşıyoruz. Ekonominin en zor çarklarından birinde faaliyet gösteren bizler de ülkemize, devletimize faydalı olmaya çalışıyoruz. Devletimizden, bürokrasiden işlerimizi kolaylaştırmasını istiyoruz.

BÜYÜMEYE DEVAM EDECEĞİZ

Dövizdeki ani yükselişler ve seçimle ilgili düşünceleriniz nedir?

Seçimin erken olması sektör için çok iyi oldu. Dövizdeki ani yükselişler nedeniyle önümüzü göremiyorduk. Seçimden sonra her şeyin normale dönmesini bekliyoruz. İnşallah önümüzü göreceğiz, 4-5 yıllık planlar yapıp ona göre yatırımlarımızı gerçekleştireceğiz. Bileceğiz ki bu hükümet ülkeyi şu kadar yıl yönetecek. Ama şu döviz artışlarıyla malımızın yarısı gitti! Sorun değil. Ülke normale dönünce kendimizi toparlayıp yolumuza devam ederiz.

Son olarak, hedefleriniz neler?

HTG bir markadır. Yatırımlarımızla, hizmet anlayışımızla bu markayı güçlendirmeye devam edeceğiz. Yeni araç alımlarımızla da filomuzu daha da zenginleştirip büyümemizi sürdüreceğiz. Küçük düşünmek de, büyük düşünmek de aynı zekâyı ister; farklı bir zeka istemez. Onun için hep büyük düşünmek lâzım.



MARS LOGISTICS'TEN YENİ İNTERMODAL HAT

Türkiye'nin lider lojistik firması Mars Logistics, müşterilerine farklı alternatifler sunarak hizmet kalitesini artırdığı uygulamalarına bir yenisini daha ekledi. Mars Logistics, Türkiye-Duisburg hattında intermodal seferleri düzenlemeye başladı.



Lojistik sektöründe sayısız farklılıklar yaratan, sürekli büyüyerek daima hizmet kalitesini artırmayı hedefleyen Mars Logistics, 'Optimum süre, maksimum çevrecilik' sloganıyla başlattığı intermodal taşımacılık modeline Duisburg hattını da ekledi. Geniş müşteri portföyüne güçlü ve etkin çözümler sunan Mars Logistics, ihtiyaç ve beklentilere daha iyi yanıt verebilmek amacıyla Türkiye-Duisburg arasında geniş hacimli 45 HC konteynerlerle intermodal taşımacılık hizmetini hayata geçirdi.

Tüm organizasyonu Mars Logistics tarafından yönetilen Türkiye-Duisburg intermodal taşımacılık sisteminde Türkiye'deki çeşitli noktalardan alınan malların yüklendiği konteynerler, Halkalı-Duisburg arasında tren seferleriyle taşınıyor. Konteynerler, Halkalı terminaline ulaştıktan sonra gümrük işlemlerinin tamamlanmasının ardından trenle yola devam ediyor ve Kapıkule gümrüğünü geçtikten sonra sırasıyla Bulgaristan, Sırbistan, Macaristan, Avusturya rotasını izleyerek Almanya'nın Duisburg kentine ulaşıyor. Bu noktadan şasilere alınan konteynerler çeşitli varış noktalarına teslim ediliyor.

Mars Logistics'in yeni hizmeti, başta otomotiv olmak üzere farklı sektörler tarafından yoğun olarak tercih ediliyor.



AKILLI TIR ÇOCUKLARLA BULUŞTU

Mars Logistics, Trafik Haftası'nda hayata geçirdiği ve bu yıl ikincisi düzenlenen 'Akıllı Tır Akıllı Çocuklar' projesiyle Sakarya'da yaklaşık bin çocuğa temel trafik eğitimi verdi. Trafik işaretleri, trafikle ilgili proje ve ekipmanların yer aldığı tırla Trafik Haftası boyunca Sakarya'nın ilçe ve köylerindeki 8 okul ziyaret edildi. İlköğretim çağındaki çocukların trafik bilinç seviyelerinin artırılmasının hedeflendiği projeyle, yaklaşık bin çocuğa ulaşıldı.

Akıllı Tır'da sanal gerçeklik gözlükleriyle video izleyerek trafik kurallarını deneyimleme fırsatı elde eden öğrenciler, tabletler üzerinden trafikle ilgili oyunlar oynadı. Sticker uygulamasıyla da trafikle ilgili bilgilerini pekiştirdi. Sakarya İl Milli Eğitim Müdürü Fazilet Durmuş, trafik eğitimine katkı sağlayanlara teşekkür etti.

EKOL'DEN ÇİFTE ŞAMPİYONLUK

EKOL, LOJİSTİK SEKTÖRÜNDEKİ BAŞARISINI SPOR SAHALARINA DA TAŞIYOR. EKOL BASKETBOL VE EKOL VOLEYBOL TAKIMLARI, KURUMLARARASI BASKETBOL LİGİ (CBL) VE VOLEYBOL LİGİ'NDE (CVL) ŞAMPİYONLUK KUPALARINI KUCAKLADI.

CBL Kurumlararası Basketbol Ligi final maçında İstanbul Tabip Odası'nı 57-56 mağlup eden Ekol, ikinci kez şampiyon oldu. 13 Mayıs Pazar günü Sancaktepe Taha Akgül Spor Salonu'nda gerçekleşen çekişmeli final maçının ardından düzenlenen törende Ekol Basketbol Takımı oyuncuları kupa ve madalyalarını CBL ve CVL Kurucusu Emre Atalay'ın elinden aldı. Ekol Basketbol Takımı, geçtiğimiz mart ayında genç yaşta kaybettikleri takım arkadaşları merhum Murat Yıldırım'ı da bu anlamlı günde andı.

Ekol, aynı gün ikinci şampiyonluk sevincini de voleybolda yaşadı. CVL Kurumlararası Voleybol Ligi'nin finalinde Deloitte'u 3-0 yenen Ekol Voleybol Takımı, ilk şampiyonluğunu ilan etti. Aynı gün yine Sancaktepe Taha Akgül Spor Salonu'nda gerçekleşen final maçı sonrasında şampiyon oyunculara kupa ve madalyaları CBL ve CVL Kurucusu Emre Atalay tarafından takdim edildi. Ekol taraflarının yoğun ilgi gösterdiği ve spor şölenine dönüşen iki final de Bein Sports 2'den canlı yayınlandı.





AVRUPA'NIN ÖNDE GELEN LOJİSTİK SAĞLAYICILARINDAN

1990'da kurulan Ekol; taşımacılık, kontrat lojistiği, dış ticaret, gümrük ve tedarik zinciri yönetimi alanında 16 ülkede kusursuz hizmet anlayışıyla faaliyet gösteren entegre bir lojistik şirketi. Türkiye, Almanya, İtalya, Yunanistan, Fransa, Ukrayna, Bosna Hersek, Romanya, Macaristan, İspanya, Polonya, Çekya, Bulgaristan, İran, Slovenya ve İsveç'te toplam kapalı alanları 1 milyon metrekarenin üzerinde dağıtım merkezleri bulunuyor. Ayrıca Ekol, intermodal taşımacılığa fırsat veren 6 Ro-Ro gemisi, haftalık 48 sefer yapan blok trenleri ve 5 bin 500 aracıyla Avrupa'nın önde gelen lojistik sağlayıcıları arasında.

TESİS YÖNETİMİ TASARIMLA BAŞLAR

TSP'NİN KURUCU ORTAĞI LEVENT BAĞAN, "BİR BİNANIN YÖNETİMİ, DAHA DÜŞÜNCE VE TASARIM SAFHASINDAYKEN BAŞLAMALI. TSP BU EVREDE BİRÇOK PROJEYE DANIŞMANLIK HİZMETİ VERİYOR." DİYOR.


Levent Bağan

TSP, (Total Solution Provider) tesis yönetim sektörünün önde gelen firmalarından biri. Tesis Yönetim Derneği'nin 15 kurucusu arasında. Firmanın ortağı Levent Bağan da sektörün aktif isimlerinden biri. Levent Bey ile hem firmasının hikâyesini hem de ilk kez düzenlenen fuarı konuştuk.

Öncelikle TSP ne zaman kuruldu? Sektörde hangi hizmetleri veriyor?

1999'da kuruldu. Sektörün geleceğine çok inanarak kurduk. Ben, ortağım ve iki çalışanımız vardı. Şu an bin 500 kişilik büyük bir aileyiz. İnşa edilmiş her türlü binanın yönetim, işletim ve bütün hizmetlerin tek elden verilmesi işini gerçekleştiriyoruz. Sadece yönetim hizmetlerini ve teknik hizmetleri kendimiz sağlıyoruz. Temizlik, güvenlik, bitki bakımı ve ilaçlama gibi hizmetleri ise çözüm ortaklarımızdan temin ediyoruz.

Bir binanın yönetimi ve işletimi ne zaman başlamalı?

Daha düşünce safhasındayken, daha tasarlanırken… Biz bu şekilde danışmanlık hizmeti de veriyoruz. Tasarım grubunun içinde yer alarak yarın başlarına neler gelebileceğine dair görüşlerimizi paylaşıyoruz. Zorlu Center, 16/9, Buyaka AVM, Mall Of İstanbul, Skyland İstanbul ve daha birçok projenin danışmanlığını yaptık. Biz sektör olarak inşaat firmalarının bilinçlenmesini ve daha tasarım aşamasından itibaren profesyonel tesis yönetim şirketlerinden hizmet almalarını istiyoruz. Biz, tecrübelerimizle binaların on yıl sonrasını bile bilebiliyoruz. Ama orayı inşa eden firma, on sene sonra ne olacağını bilmiyor. Bu anlamda yaptığımız iş çok önemli.

TSP isminin bir hikâyesi var mı?

Çok keyifli bir hikâyesi var. Daha kuruluş evraklarımızı hazırlarken, ilk müşterimiz, JP Morgan Bankası'nın İstanbul ofisi oldu. Kendileriyle görüşürken 'Bizden hangi hizmetleri istiyorsunuz?' diye sorduk. O kadar çok şey saydılar ki... En sonunda da "Kısacası, firmamızın Total Solution Provider'ı olmanızı, yani bütün sorunlarımızı çözmenizi istiyoruz." dediler. Bu kavram çok hoşumuza gidince TSP ismini koyduk.

İlk kez düzenlenen fuarla ilgili düşünceleriniz?

Aslında dernek de geç kalmış bir dernek, fuar da geç kalmış bir fuar. Biz bu firmayı 1999'da kurduğumuzda Avrupa'da birçok ülkenin tesis yönetimiyle ilgili dernekleri çoktan kurulmuştu. Türkiye'de de tesis yönetim pazarı belli bir noktaya ulaştıktan sonra bu derneğin kurulması artık şarttı. Hemen arkasından böyle bir fuar düzenlemek de çok önemliydi. Çünkü Türkiye, son yıllarda çok büyük bir inşaat patlaması yaşıyor. Bina sahipleri yeni yapılan bu kuleleri, tesisleri, hastaneleri, stadyumları kimin yöneteceğine, kimin işleteceğine dair adres bilip gidemiyordu. Bundan sonra bina sahiplerinin profesyonel firmalardan hizmet ve fikir alacaklarını düşünüyorum.

Panel ve konferanslara ilgi nasıldı?

Türkiye'de tesis yönetimi pazar payını düşünecek olursak geç kalınmış bir fuar organizasyonu diye düşünüyorum. Mesela ben, 'Tesis Yönetiminde Yangın Güvenliği ve Sürdürülebilirliği' konulu panelde konuşmacıydım. Bu kadar ilgi beklemiyordum açıkçası. Yönettiğimiz binalarda yangın eğitimi veriyorum, orada yaşayan insanlar kendi canları söz konusuyken dahi gelip izlemiyorlar. 'Panelde üç-beş kişi olursa ne âlâ!' diyordum ama çok büyük bir ilgi vardı.

Kaliteli hizmet bizler için olmazsa olmaz

Sürekli farklı kişiler ile iletişim sürecinde olan personellere etkili sunum teknikleri, diksiyon ve müşteri memnuniyeti eğitimi verdiklerini ifade eden Brandium AVYM İnsan Kaynakları Yöneticisi Ali Ünsal, "Kaliteli hizmet bizler için olmazsa olmaz." diyor.



Ali Ünsal

Personel seçimlerinde dikkat ettiğiniz unsurlar nelerdir?

Brandium Alışveriş ve Yaşam Merkezimizde birçok yapı iç içe bulunduğundan ziyaretçilerimiz de oldukça farklılık gösteriyor. Bu farklılığı göz önünde bulundurarak personellerimizin de çok yönlü olması ve farklı hedef kitleler ile çalışabilmesi bizler için oldukça önem arz ediyor. Personellerimizi seçerken eğitim seviyesine, meslekteki tecrübesine, mesleğine olan bağlılığına, kurum kültür ve yönetmeliklerini benimsemiş olmasına da ayrıca önem veriyoruz.

Çalışanların verimliliğini sağlamak adına neler yapıyorsunuz?

Bizler bünyemizde gerek mavi gerekse beyaz yaka olmak üzere geniş bir personel kitlesine sahibiz. Genel olarak ekibimiz ile yaptığımız çalışma performansını artırıcı motivasyonel etkinliklerimizin yanı sıra yeri geldiğinde mavi yakalı personellerimize özel, yeri geldiğinde de beyaz yakalılarımıza özel çalışmalar içerisine giriyoruz. Bunların yanında personellerimizle bireysel çalışmalar da gerçekleştiriyoruz. Böylece farklı geçmişlere sahip bireylere farklı yaklaşarak dengeyi sağlıyor ve kurum kültürümüzü çeşitlendiriyoruz.

Yüksek kalitede hizmet verebilmek adına personellerinize ne gibi eğitimler veriyorsunuz?

Brandium AVYM'yi hizmet sektörü olmasından dolayı binlerce kişi ziyaret ediyor. Bu sebepten dolayı kaliteli hizmet bizler için olmazsa olmaz. Birçok kurumda aynı anda olmayan TS EN ISO 9001-2015 Kalite, TS EN ISO 14001 Çevre, TS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği belgelerimizi TSE tarafından almamızın yanında, bu kapsamda eğitimler alıyoruz. Bunun yanında sürekli farklı kişiler ile iletişim sürecinde olan personelimize etkili sunum teknikleri, diksiyon ve müşteri memnuniyeti eğitimi veriyoruz.

Eğitimlerin personeller üzerindeki değişimleri ne yönde? Bu eğitimler personellerin verdiği hizmet kalitesini artırıyor mu?

Kurum kültürümüzün yarattığı kalite şartlarının yanında departmanlara özel kalite süreçleri ile personelleri eğitim süreçlerine dahil ediyoruz. Bu süreçler dahilinde farklı disiplinler içerisinde olan personellerimiz kendi alanları dışındaki süreçler hakkında da bilgi edinebiliyor ve ziyaretçilerimize daha iyi hizmet verebiliyor. Kendi departmanlarında ise kendileri ile yarışan personellerimiz, alanlarında en etkin ve yetkin olarak sektörlerinde yer almaya çalışıyorlar.

Brandium AVYM olarak hedeflerinizden bahseder misiniz?

Bizler Brandium ailesi olarak sadece bir alışveriş merkezi değiliz. Bizler bir alışveriş ve yaşam merkeziyiz. Bünyemizde alışveriş merkezinin yanı sıra altıncısı tamamlanmak üzere inşaatı devam eden rezidansımız ve Anadolu Yakası'nın en büyük konferans oteli de dahil olmak üzere büyük bir kompleks yapıyız. Haliyle personel çeşitliliğimiz oldukça geniş. Bu bağlamda alışveriş ve yaşam merkezimizde 7/24 aktif olan bir yapı bulunduğundan vardiyalı çalışmanın yanı sıra ziyaretçilerimizin de beklentileri oldukça farklı oluyor. Bizler personellerimiz ile birlikte tüm kompleksimiz içerisindeki ziyaretçilerimize en iyi hizmeti sunmayı hedefliyoruz. Bu hedefimize ulaşırken de kendimizi sürekli yeniliyor, sürekli gelişmeleri takip ediyoruz.



Alışverişten öte, bir yaşam merkezi haline geldiklerini belirten Movapark AVM Müdürü Nazlı Özdemir, "Yaşam merkezi kimliğimizle bölgenin geleneksel ve geleceğe dönük yatırımlarını da şekillendiriyoruz." dedi.

MOVAPARK AVM İLE YENİ BİR YAŞAM TARZI...

Güneydoğu'nun hem eğlence hem de alışveriş merkezi olan Mardin Movapark AVM hakkında bilgi verebilir misiniz?

Movapark AVM 15 Haziran 2012'de açıldı ve açıldığı günden itibaren desteği ile Mardin'in ve tüm bölgenin buluşma noktası haline geldi. 7.yılımıza girmeye hazırlandığımız 2018 yılında milyonlarca ziyaretçiyi ağırlamış olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Konumu ve içeriği itibariyle, açıldığı günden bugüne kadar artan ziyaretçi grafiği, ulusal ve uluslararası marka karması ile dikkatleri çeken alışveriş merkezimiz, birbirinden keyifli etkinlikleri ile Türkiye'nin en büyük 4. büyük aquapark'ı ile fuar alanı, sinema ve diğer sosyal alanlarıyla, çocuk eğlence merkezi, sineması, cafe ve restoran alanlarıyla ziyaretçileri için alışverişten öte, bir yaşam merkezi haline gelmiştir. Doğu'da yeni bir yaşam tarzının önderliğini sürekli yükseltme yolunda ilerleyen Movapark AVM, aquapark'ın 6 farklı eğlence havuzu ile Mardin'in eğlence merkezi olmuştur. Aynı zamanda bin 500 kişilik kapasiteli Movasalon; düğün, kongre, toplantı ve konser organizasyonlarına yaptığı ev sahipliği ile bölgenin aranılan kompleksi haline gelmiştir. Yönetiminin İnside Danışmanlık tarafından yapıldığı Movapark AVM kültürel zenginlikleri ile Mardin, Diyarbakır, Şırnak, Şanlıurfa gibi komşu illerin ilçeleriyle beraber ziyaretçilerini Movapark'ta 7 yıldır güçlü bir bağ ile ağırlıyor ve çevre illerle sınırlı kalmayarak, komşu ülkelerden, Irak ve Suriye'den de birçok ziyaretçiyi misafir ediyor.



Yıl dönümünüze özel etkinlik ve kampanyalarınız olacak mı? Bunlardan bahseder misiniz?

Movapark, Mardin'in kültürel zenginliklerinin içinde her dilden, dinden, ırktan insanın ziyaret ettiği bir alışveriş merkezi olmuştur. Yaşam merkezi kimliğimizle bölgenin geleneksel ve geleceğe dönük yatırımlarını da şekillendiriyoruz.

Movapark AVM açıldığı günden bugüne kadar hem sosyal sorumluluk projelerinin içinde yer almış hem de birçok etkinlikle bölgede farkındalık yaratmıştır. Özellikle yapılan tüm etkinliklerinde bölgenin nabzına dokunacak ve projenin içinde yer alacak organizasyonlar gerçekleştirmiştir. Bu etkinliklerden biri de Ramazan ayı sebebiyle yapılan organizasyonlardır. Bizler "barış dolu Ramazan" adıyla yola çıktık ve "Ramazan coşkusu Movapark'ta" ile devam ettik. Özellikle bu organizasyonları bölgemizde yaşayan farklı kültürlere sahip çocuklarımız ve gençlerimizle birlikte mülteci çocuklarımızla gerçekleştirdik.

2018 yılında da bu geleneğimizi bozmadan devam ediyoruz. Bölge gençlerimizin erbane gösterilerinden, yine bu arkadaşlarımızla birlikte çocuklarımızın da yer aldığı sirk ve atölyelere kadar birbirinden özel gösterilerle Ramazan heyecanını yaşıyoruz. Kızlarımızı da unutmadık ve onlarla ramazan ayının vazgeçilmezi davulla, eğlenceli gösteriler ile tüm ziyaretçilerimizin buluşmalarını gerçekleştirdik.

Movapark AVM, 7. yılında çevreye duyarlı bir araç olan Toyota CH-R Advance Hybrid araba kampanyası ile gerçekleştiriyor. Yeni aracımızı uzun zamandır merakla bekleyen ziyaretçilerimiz Toyota aracımız ile tanıştılar. "Movapark'la Toyota'nın Keyfini Sür" kampanyası ile misafirlerimiz 15 Mayıs-2 Eylül 2018 tarihleri arasında yapacakları her 100 TL ve üzeri alışveriş karşılığında kuponla çekiliş hakkı kazanıyorlar.



Movapark ile Mardin'e ilk kez gelen markalar var mı?

Movapark Alışveriş ve Yaşam Merkezi açıldığı günden bu yana bölgenin en aktif alışveriş merkezi olarak adından söz ettiriyor. Movapark ulusal ve uluslararası markalara ev sahipliği yapmaya devam ediyor. Aramıza yeni katılan ve bölgede ilk olan E-bebek, Lufian firmasıyla hız kesmeden yeni markaları ziyaretçilerimizle tanıştırmaya devam ediyoruz. Çok yakında iç giyim ve aktif spor grubunda yeni iki marka daha aramıza katılacak. Yönetim danışmanlığını İnside danışmanlığın yaptığı Movapark AVM yeni markalarla her yaş grubuna hitap eden birçok ziyaretçimize hizmet vermeye devam ediyor.

10 YILDA 10'LARCA ÖDÜL...

ŞEHRİN DEĞİŞMEYEN MODASI PALLADIUM ATAŞEHİR

Açıldıkları 2008 yılında Ataşehir'in, İstanbul Anadolu Yakası'nın önemli bir yaşam merkezi olmaya başladığını ve her geçen gün gelişen, büyüyen ve elit bir yaşam merkezi olarak konumlandığını ifade eden Palladium Ataşehir AVM Müdürü Ayşen Yerşen, Ataşehir'in bu gelişme sürecinin başında açılan Palladium'un, başta ilçenin daha sonra Anadolu Yakası'nın elit AVM'si olarak konumlandığını ve yıllar içinde şehrin değişmeyen modası haline geldiğini söyledi. Türkiye'de ilk kez gerçekleşen etkinliklere ev sahipliği yaptıklarını belirten Yerşen, "Bünyesinde bulundurduğu ulusal ve uluslararası seçkin markalarıyla misafirlerimizin gözbebeği olduk. Misafirlerimizin memnuniyetini her şeyin üstünde tutan yönetim anlayışımız ile kaliteli sadık bir kitle oluştu. Misafirlerimizle aramızdaki bu samimi ilişki ile burası tam bir yaşam merkezi haline gelerek sosyalleşme adına tercih edilen önemli bir nokta oldu." dedi.

Gelişen teknoloji ve trendleri takip ederek AVM misafirlerine deneyim yaşatma üzerine kurulu projeler hazırladıklarını ve farklı bir soluk getiren projelerle birlikte bilim ve sanat içerikli projeler gerçekleştirdiklerini belirten Yerşen, "Ulusal ve uluslararası ödül platformlarında da gerçekleştirdiğimiz birçok projemizle, bu 10 yıllık süreçte 10'larca ödülle taçlandırıldık. Emeğimizin taçlanması çok gurur verici oluyor." açıklamalarında bulundu.

Yerşen; eylül ayında 10. yıllarına özel, ses getirecek bir kutlama gerçekleştireceklerini ve yenilenmiş yüzleriyle misafirlerini karşılayacaklarını da belirtti.


Ayşen Yerşen

YENİLENME ÇALIŞMALARI DEVAM EDİYOR

AVM'de 200'ü aşkın mağaza bulunduğunu bildiren Yerşen, "En son olarak Ecco ayakkabı, Mark &Andre iç giyim, Koreli bir marka olan Mumuso ve Beymen Club'ta Palladium Ataşehir'de mağaza açtı. Şimdi H&M'de bünyemize dahil oluyor. Yeme içme bölümlerinde de yeni markalar var. Amasya Et, organik ve doğalcı Pera Bahçe'de aramıza katıldı." dedi. Kendini yenileyen mağazaların da olduğunu ifade eden Yerşen, "Damat-Tween, Network mağazaları ciddi bir tadilat geçirdi ve dekorasyonunu yeniledi. AVM genelinde de yenilenme çalışmalarımız devam ediyor." diye belirtti.

"SAMİMİ VE BUTİK BİR AVM'YİZ"

Palladium'un konutların arasında bulunan bir AVM olduğunu ve bu sayede çevredeki konutlardan ve iş merkezlerinden çok sayıda misafir geldiğini söyleyen Yerşen, "Rahat bir şekilde alışveriş yapmanızı sağlayan bir mimariye de sahibiz. Palladium içeri girdiğiniz andan itibaren evinizdeymiş hissi yaratan samimi, butik bir AVM. Hafta içi 20 ila 25 bin civarı olan kapı girişleri, hafta sonları 30-35 bini buluyor. Son zamanlarda Anadolu Yakası'nda açılan birçok AVM olmasına rağmen bizler de farklı projeler ve hizmet kalitemizle hem sadık müşterimizi memnun ediyor hem de potansiyel müşteriyi buraya çekiyoruz. Etkinlikler nokta atışı ve farklı olunca, potansiyeli çekme gücümüz de yükseliyor. Müşteri kitlemize, her zaman servis hizmetlerimizden tutun da etkinliklerimize kadar her türlü kaliteli hizmet vermeye devam ediyoruz. Sonuçta Palladium, Ataşehir'in merkezinde bir AVM ve ulaşım olanaklarıyla tercih edilen bir nokta." dedi.

10 yıllık süreçte 10'larca ödülle taçlandırıldıklarını belirten Palladium Ataşehir AVM Müdürü Ayşen Yerşen, "Nokta atışı işler, pazarlama aksiyonları ve yönetim anlayışı bir AVM'yi dimdik ayakta tutmak için önemli unsurlardır." ifadelerinde bulundu.

"FARK YARATIYORUZ"

Yerşen, "Servis hizmetlerimiz, güvenliğimiz, hijyenimiz, farklı ve Türkiye'de ilk kez bizim AVM'mizde gerçekleşen etkinliklerimiz, sosyal sorumluluk projelerimizle fark yaratıyoruz. Doğru işlerin, doğru insanlarla, doğru zamanda buluşması yoğun, özverili ve sürekli bir çalışma gerektiriyor. Nokta atışı işler, pazarlama aksiyonları ve yönetim anlayışı bir AVM'yi dimdik ayakta tutmak için önemli unsurlardır." diye konuştu.

"Sadece alışveriş değil sosyalleşme imkanı da sağlıyoruz"


Sezgin Gül

Bölge halkına yalnızca alışveriş ortamı değil sosyo-kültürel alanda da gelişim olanağı sağladıklarını söyleyen ÖzdilekPark Bursa Nilüfer AVM Müdürü Sezgin Gül; açıldıkları tarih olan 3 Mart 2017'den, 2017 yıl sonuna kadar 3 milyon ziyaretçiyi ağırladıklarını ifade etti.

"SOSYA-KÜLTÜREL ALANDA GELİŞİM OLANAĞI SAĞLADIK"

ÖzdilekPark Bursa Nilüfer AVM olarak bölge halkına sosyal ve kültürel anlamda nasıl katkılarınız oldu?

Açıldığımız tarih olan 3 Mart 2017'den bu yana toplam 60 çocuk etkinliği,12 gala,2 açık hava konseri ve drama atölyeleri ile bölge halkına yalnızca alışveriş ortamı değil sosyo-kültürel alanda gelişim olanağı sağladık.

ULAŞIMDA SINIRSIZ SEÇENEKLER VAR

Bulunduğunuz lokasyon bakımından avantajlarınız neler?

Bursa'nın modern yüzü ve yeni cazibe merkezi Nilüfer'de konumlanan ÖzdilekPark Bursa Nilüfer'e; özel aracınız, toplu taşıma ya da müşteri servisi ile ulaşmak çok kolay. İzmir Yolu'na direkt bağlantı, metro istasyonuna 5 dakika, İdo feribot iskelesine 25 dakika, Budo deniz otobüsüne 28 dakika ve toplu taşıma imkanlarında sınırsız seçenekler bulunuyor.

EN ÇOK TERCİH EDİLEN MARKALAR BULUNUYOR

Marka karmanızı oluştururken hangi unsurlara dikkat ettiniz?

AVM'miz tüm sosyo-ekonomik yapıları, her yaştan insanın tüm temel gereksinimlerini karşılamayı hedefleyen, en çok tercih edilen markaların ve hizmetlerin bir bütünsellik içerisinde sunulduğu, gün ışığının doğal bir ortam oluşturduğu, teras alanları ve eğlence hizmetleri ile sadece alışverişi değil sosyalleşme ve bir arada bulunma olanağı sunmayı da hedefleyen bir tasarımı hedeflemiştir.

3 MİLYON ZİYARETÇİ AĞIRLANDI

Yıl içerisinde ulaştığınız ziyaretçi kapasitesi nedir?

Açıldığımız tarihten, 2017 yılı sonuna kadar toplam 3 milyon ziyaretçiyi ağırlamış bulunmaktayız.



FRANCHISE SİSTEMİ
BÜYÜME EĞİLİMİNİ SÜRDÜRÜYOR

UFRAD Franchising Derneği Başkanı Dr. Mustafa Aydın: "Franchising, dünyada ve Türkiye'de büyüme eğilimini sürdürüyor. Ulaştığımız rakamlar, franchising sisteminin daha da yaygınlaşacağını gösteriyor."

Franchising sistemi, ülkemizde hızla gelişiyor. Birçok marka, franchise vererek büyüyor, gelişiyor. Sektörün gelişmesinde, 1991'den beri hizmet veren UFRAD Franchising Derneği'nin büyük rolü bulunuyor. Ülkemizdeki yatırımcıların markalaşmaya yönlendirilmesine, yerli markaların teşvik edilerek uluslararası pazarlarda yer edinmesine ve rekabet şansı yakalamalarına katkı sağlayan UFRAD Franchising Derneği Başkanı Dr. Mustafa Aydın, sorularımızı cevapladı.

Franchising, yatırımcı için neden önemli?
Franchising sistemi, yatırımcıya, marka sahibinin bilgi birikimini kullanarak fırsat eşitliği sağlıyor. Günümüzde müşteriler, zamanı etkin kullanmak istiyorlar. Dolayısıyla en kısa zamanda kaliteli mal ve hizmet satın almayı arzu ediyorlar. Bu da kalitesini ve markasını kabul ettirmiş ürünlerin satıldığı mağazalardan alışverişle mümkün. Bu aşamada franchisingin önemi bir kez daha ortaya çıkıyor.

Franchise almanın avantajları neler?
Franchising; markalı, itibarlı bir iş sahibi olmanın yoludur. İşinde bağımsız olmak demektir. Yatırımının hızlı geri dönmesidir. Yaşamak için tatmin edici gelir sağlar. Denenmiş, kendini kanıtlamış, az riskli bir iş kurulur. Düşük maliyetle yüksek gelir sağlanır. Rahat satılacak tanınmış marka alınır. Kolay bulunan, beklentileri sınırlı, kolay mutlu edilen, hazır müşteri gelir. Geniş bir korumalı bölge verilir. İşletme sorunları yaşadığında arkasında danışabileceği bir kurum olur. Bilmediğini öğrenir, gerektiğinde danışabileceği bir kadro olur. Yatırımda ve tedarikte sorun yaşamaz. Pazarlamada ana firma ne yapacağını bilir, yardımcı olur. Anlaşma katı olsa bile uygulama yumuşak olur, sıcak ilişkiler kurulur.


Dr. Mustafa Aydın

Franchise pazarına girmek isteyenler hangi kriterlere dikkat etmeli?
Franchise zincirlerin gelişmesindeki en önemli etken, yönetimdir. Vasat yönetilen bir zincir büyüyemez, markalaşamaz. Hatta rakipleri büyüdükçe o küçülür. İyi yönetilen bir zincir sıfırdan yola çıksa bile marka olur. Alışveriş merkezlerinin markalara yer vermesi de franchise zincirlerin gelişmesindeki en önemli etkenlerden biri. Müstakil perakendecilerin sürekli yaptıkları hatalar ve ihmaller, franchise zincirlerin tüketiciler tarafından tercih edilmesinde ve gelişmesindeki diğer bir önemli etken.

Türkiye'de franchise konusunda nasıl bir gelişme görülüyor?
Güçlü ekonomisiyle yükselen bir değer olmaya devam eden Türkiye'de franchise sistemi tüm dünyada olduğu gibi büyüme eğilimini sürdürüyor. Bugün ulaştığımız rakamlar, franchising sisteminin gelecekte daha da yaygınlaşacak bir iş modeli olacağını gözler önüne seriyor. Sistemin hem markaların büyümesine hem de yatırım yapılan ülke ekonomilerine önemli bir katkı sunduğu aşikar.

2018 yılı girişimcilik açısından sizce nasıl geçiyor?
2017, yerli markalarımız için daha verimli geçti. Yurt dışı markaların gelişinde görülen azalma, yerli markalarımıza daha fazla gelişme ve büyüme fırsatları yarattı. 2018'de yabancı markaların ilgisinin arttığını görüyoruz. Aynı zamanda Türk markalarına yurt dışı yatırımcıların ilgisi de artıyor. Bu memnuniyet verici. Zira dış pazarlara markalarımızın açılımını çok önemsiyoruz. Franchising, global marka haline gelmek, farklı ülkelerde büyümek için en başarılı iş modeli.

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK LOKASYON VE MARKA DANIŞMANLIĞI ŞİRKETİYİZ

Towerlife Yönetim Kurulu Başkanı Selen Deniz: "Türkiye'nin en büyük lokasyon ve marka danışmanlığı şirketi olarak perakende zincirleri, projelerini markalaştırmak isteyen girişimciler ve franchise ile büyümek isteyen marka sahipleri gibi farklı müşteri profillerine hizmet veriyoruz."


Selen Deniz

Şirketiniz var. Markalaşmak istiyorsunuz. Ya da bir markanız var. Franchising yöntemiyle büyük bir zincir olmayı hayal ediyorsunuz. Peki, nasıl? Towerlife, bu konularla ilgili birbirinden farklı müşteri profillerine hizmet vermek üzere kurulmuş bir şirket. Towerlife Yönetim Kurulu Başkanı Selen Deniz, konu hakkındaki sorularımızı cevapladı.

Öncelikle Towerlife hakkında bilgi verebilir misiniz?

2011'de kurduğumuz Towerlife, yerel ve uluslararası platformda hem büyük ölçekli firmalara hem de yeni oluşmakta olan markalara ihtiyaçları doğrultusunda danışmanlık hizmeti sunan, Türkiye'nin en büyük perakende lokasyon ve marka danışmanlığı şirketi. Uluslararası ve yerel perakende zincirleri, projelerini marka olma yolunda ilerletmek isteyen girişimciler ve franchise ile büyümek isteyen marka sahipleri gibi birbirinden farklı müşteri profillerine hizmet veriyoruz.

Bir projenin marka haline gelme ve franchise ile buluşma sürecini nasıl yönettiğinizi özetleyebilir misiniz?

Süreç, elimizdeki projenin marka olma yolunda altyapı çalışmalarının yapılmasıyla başlayıp lokasyon tedariği, fizibilite çalışmaları gibi aşamalarla devam ediyor. Towerlife olarak markaların her aşamasını yönetebilecek altyapıya sahibiz. Bu altyapıdan kazandığımız güçle sadece lokasyon aşamasında kalmayıp markaların her derdine derman oluyoruz.

Bir markaya ne tür hizmetler veriyorsunuz?

Lokasyon fizibilite danışmanlığı, marka danışmanlığı, marka patent danışmanlığı, inşaat ve mimari proje, reklam ve sosyal medya, insan kaynakları (eğitimli personel desteği), yönetim sistemleri danışmanlığı hizmetlerimiz ve franchise kurulum ve yönetim hizmetimiz mevcut.

Franchise yatırımlarda dikkat edilmesi gereken önemli noktalar neler?

En önemli nokta, işinizin franchise sistemine uygun olup olmadığı. Bazen yatırımcılar önünü sonunu düşünmeden franchise sistemine girmek istiyor. İşiniz bu sisteme uygun değilse ve sürecin sonunda hedeflenen kârlılığa ulaşmanız zorsa, franchise işine kalkışmak pek doğru olmaz. Eğer işiniz franchise sistemine uygunsa, bu sefer sürecin maliyetini ve bu maliyeti karşılayıp karşılayamayacağınızı göz önünde bulundurmanız gerekir.

Bir franchise yatırım için lokasyon belirlenirken nelere dikkat ediliyor?

En önemli unsur doğru sektöre doğru yer seçimi! Biz lokasyon araştırmalarımızı ilk olarak yatırım planlanan markanın sektörüne ve sektördeki yerine göre yapıyoruz.

Franchise sisteminin avantajları neler?

Az önce bahsettiğimiz aşamalardan sonra gözü korkan yatırımcılar olabilir ancak franchise sistemi meşakkatli ve bir o kadar da keyifli bir sistem. Franchise yatırımı yapan yatırımcı aslında bir isim değil, bir şirket modeli satın alıyor veya satıyor. Uzman desteği, eğitim desteği gibi birçok meşakkatli işi de franchise veren temin ediyor. Sıfırdan bir marka oluşturmaktansa franchise almak, markanın isim bilinirliği ve oturmuş müşteri portföyü gibi avantajlar sağlıyor. Dolayısıyla markasını franchise sistemine geçirmek veya franchise almak isteyenler için söyleyebilirim ki her işte olduğu gibi bu işte de önünüze doğru haritayı çizip koyduğunuz zaman başarıya ulaşmanız hiç de zor değil!

KOCATEPE KAHVE EVİ AİLESİ FRANCHISING İLE BÜYÜYOR

Kocatepe Kahve Evi Yönetim Kurulu Üyesi Özcan Gökalp: "Franchise sistemi sayesinde işimize ve markamıza sahip çıkacak bir aile ve ortaklık kuruyoruz."

Franchising sistemiyle büyüyen zincirlerden biri de Kocatepe Kahve Evi. Markanın ortağı ve Yönetim Kurulu Üyesi Özcan Gökalp, Kocatepe Kahve Evi'nin büyüme stratejisiyle ilgili sorularımızı cevapladı.

Franchising çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

1996'da Türkiye'de açılan ilk kahve evi konsepti olma özelliği taşıyan ilk şubemizle birlikte franchise sistemimiz başlamıştı. 17 ildeki 40 şubemizde konuklarımızla buluşuyoruz. Yatırımcı adaylarımızda dikkat ettiğimiz bazı hususlar var. Markamızın gelişim sürecine bizimle birlikte katkı sağlayacak, Kocatepe Kahve Evi Ailesi'nin bir parçası olacak, işletme konusundaki tecrübeleriyle markamızın gücüne güç katmaya hazır, işin başında durabilecek adaylar bizim için oldukça değerli. Bunun yanı sıra yatırımcılarımızdan, markaya ve işletmeye sahip çıkmasını, bu işe gönül vermesini istiyoruz. Maddi olanaklarının da bu yatırıma elverişli olmasını bekliyoruz. En önemlisi de yatırımcı adaylarının, Kocatepe Kahve Evi markasını kendi bölgesine taşımasını tercih ediyoruz.


Özcan Gökalp

Franchisingde markalaşma ne kadar önemli? Avantajları neler?

Franchise sistemi sayesinde markamızın prestijini, bu işi tutkuyla yapacak yatırımcılarla buluşturabiliyoruz. Aslında bu sistemle işimize ve markamıza sahip çıkacak bir aile ve ortaklık kurmuş oluyoruz.

Franchise verdikten sonraki sürecinizi anlatabilir misiniz?

Konuklarımızın, tüm şubelerimizde aynı menü, aynı hizmet kalitesiyle karşılanması ve aynı mutlulukla Kocatepe Kahve Evi'nden ayrılması bizim için oldukça önemli. Merkez ofisimizdeki operasyon ekibimiz; alanında uzman baristalar, mutfak koordinatörleri ve saha görevlilerimizden oluşuyor. Operasyon ekibimiz şubelerimizi sık sık ziyaretler ediyor. Biz, merkezi Ankara olan bir markayız. Ankara'daki tüm şubelerimiz haftada bir, il dışındaki şubelerimiz de ayda en az 2 kez ziyaret ediliyor. Ziyaretlerimiz, hem eğitim hem denetimden oluşuyor. Alanında uzman mutfak koordinatörlerimiz menü içeriklerinin standart bir şekilde pişirilmesini ve sunumunu kontrol ediyorlar. Baristalarımız, kahve makine ve ekipmanlarının ayar kontrolünden kaliteli sunumlarda ürünler oluşturulmasına kadarki süreci yönetiyorlar. Saha görevlisi arkadaşlarımız da işletmenin genel görünümünden temizliğine, müşterinin işletmeye ilk girişinden uğurlanmasına kadar olan süreci uygulamalı olarak anlatıyor. Uygulama sürecinin gözlemlenmesinin ardından, eksik ya da hatalı kısımları düzeltmek amacıyla yine aynı ekip tarafından eğitimler veriliyor.

Gizli müşteri uygulamanız var mı?

Var. Her şubemizde ayda bir kez uyguluyoruz. Anlaştığımız profesyonel bir şirket tarafından bize sağlanan farklı insanlar, tüm şubelerimizi müşteri gibi ziyaret ediyor. Yaşanan olumlu ve olumsuz tüm hususlar franchise'ımızla paylaşılıyor.

Yeni iş kuracak olanlar neden franchisingi tercih etmeli?

Franchise sistemi, yatırımcıyı koruyan ve destekleyen bir sistemdir. Günümüz rekabet ortamında hizmet kalitesi ve standartlar bir işletme için çok önemli hale gelmiştir. Tüketicinin her geçen gün bilinçlendiği bir pazarda bir işletme açarken her detayı düşünmek gerekmektedir. Yeni bir iş kuracak olan yatırımcı, marka altına girmekle tecrübe satın almış olur. Franchise sistemi, yeni iş kuracak kişilere belli standartlar, kalite, işletme dinamiği ve bilgi birikimi sunar.

TİCARİ KAYGILARDAN ÇOK
BEĞENİ KAYGILARIMIZ AĞIR BASIYOR


Namık Kaya

HIZLI BÜYÜME GİBİ BİR HEDEFLERİNİN OLMADIĞINI BELİRTEN DUDO CATERING'İN SAHİBİ NAMIK KAYA, "HİJYEN VE GIDA GÜVENLİĞİNE DİKKAT EDİYORUZ. FABRİKASYON ÜRETİM YAPMIYORUZ. ANNEMİZİN YEMEKLERİ GİBİ LEZZETLİ, BUTİK BİR ÜRETİM YAPIYORUZ." DİYOR.

Catering sektöründe yerinde üretim yapan firmalardan biri de DuDo. Hızlı büyümeye temkinli yaklaşan ve kalitesinden ödün vermemek için butik üretim yapmaya kararlı gözüken DuDo'nun sahibi Namık Kaya ile kariyerini, firmasını, hizmetlerini ve hedeflerini konuştuk.

Önce şunu sorup merakımı bir an evvel gidermek istiyorum: 'DuDo' ismi nereden geliyor?
Şirketi kurarken ne isim vereyim diye düşünürken DuDo'da karar kıldım. DuDo, çocuklarımın isminden geliyor. İki çocuğum var. Duygu ve Doğuş…

Bu işe ne zaman başladınız?
Ben bu işe öğrenciliğimde başladım. Hem okuyordum hem çalışıyordum. Ortaokuldan itibaren bulaşıkçılık, komilik, garsonluk yaptım. Üniversitede de yarı zamanlı aynı işi yapmaya devam ettim. Derken yönetici oldum. Çalıştığım üniversitede yemekle ilgili en tepedeki kişi bendim. Ayrıca üniversitede yönetim kurulu üyeliği yaptım. İstanbul Üniversitesi Baltalimanı Sosyal Tesisleri'nin kurulmasını ve modern bir hale gelmesini sağladım. Oranın uzun yıllar işletmeciliğini yaptım. Emekli olunca kendi şirketimde aynı işi yapmaya devam ettim. Şirketimle hizmet vermeye Işık Üniversitesi ile başladık. Sonra Cent Koleji'yle devam ettik. Şu an Cent Koleji'yle devam ediyoruz. Sonra ENKA geldi. Türkiye'nin en büyük inşaat şirketlerinden birinde çalışmak ayrı bir keyif. ENKA'nın Sadi Gülçelik Spor Kompleksi'nde yerinde üretim yapıyoruz. Yemeklerimiz büyük beğeni topluyor. Burada spor yapmaya gelen ENKA mensuplarına, spor okullarına gelen çocuklara ve velilere hizmet veriyoruz.

Yemeklerinizin özellikleri neler?
Hijyen ve gıda güvenliğine dikkat ediyoruz. Fabrikasyon üretim yapmıyoruz. Annemizin yemekleri gibi lezzetli, butik bir üretim yapıyoruz. Ticari kaygılarımızdan çok beğeni kaygılarımız daha ağır basıyor. İki buçuk yıldır burada faaliyet gösteriyoruz; şu ana kadar ciddi hiçbir şikayetle karşılaşmadık. Bu, tamamen işimize hâkim oluşumuzdan, sistemi bilişimizden ve yılların verdiği tecrübemizden kaynaklanıyor. Talep geldiği takdirde dışarıya da hizmet veriyoruz.

BÜYÜYORUM DİYE İŞİ BATIRMANIN DA BİR MANASI YOK!

Talep geldiğinde dışarıya ne tür hizmetler veriyorsunuz?
Kalitemizden ödün vermeden düğün, nişan, balo, toplantı, organizasyon, kongre, kokteyl, iftar, piknik ve





barbekü gibi organizasyonlar için toplu yemek üretimi ve servisi hizmetleri sunuyoruz.

Beğeni kaygısının daha ağır bastığı bir şirket olarak büyüme hedefleriniz var mı?

Sanayi ölçekli bir üretim hedefimiz yok. Butik üretip kaliteli hizmet vermeye devam etmek istiyoruz. İşi büyüttükçe kaliteniz düşer çünkü. Maliyet odaklı çalışmayı hiçbir zaman düşünmüyoruz. Maliyet odaklı çalışıldığında da duyuyoruz toplu zehirlenmeleri.

Genelde öğrencilere yönelik yemekler hazırlıyorsunuz. Menüleri hazırlarken nelere dikkat ediyorsunuz?

3 yaşından lise çağına kadar geniş bir öğrenci grubuna yemek hazırlıyoruz. Yemek üretirken gıda boyası, yapay tatlandırıcılar, glikoz, soya, Çin tuzu gibi sağlığı tehdit edecek olgulardan uzak duruyoruz. Bir de buralarda kullandığımız etleri sığır değil, dana eti olarak işliyoruz. Aldığımız ürünlerde de ucuz olmalarına değil, kaliteli olmalarına bakıyoruz.

Sektörün genel durumunu nasıl görüyorsunuz?

Sektörde eğitimli personel sayısı yeterli değil. Çok yıldızlı bir otele gittiğinizde bile garsonların yetersiz olduğunu görebiliyorsunuz. Size sunulan banket yemeğinde hazır sos kullanıldığını görebiliyorsunuz. Büyümek bu manada pek iyi değil. Yani hedeflerinizi bileceksiniz, hedeflerinizin sınırlarını kendiniz çizeceksiniz. Büyüyorum diye bir işi batırmanın da bir manası yok! Herkes büyümek istiyor; ama sonuç ne?

Sektörden şikayetçisiniz gördüğüm kadarıyla.

Aslında sektörden şikayetçi değilim. Denetim mekanizmasını işletmeyen yerel yönetimlerden ve hükümet politikalarından şikayetçiyim. Devletimiz hiçbir zaman vatandaşının sağlığına önem vermiyor. Bu, köydeki üreticiden son tüketiciye kadar böyle devam ediyor. Devlet bu işe önem verse, bu memlekette binlerce ziraat ve gıda mühendisi işsiz kalmaz.

DÜNYANIN EN BÜYÜK SAĞLIK KONGRELERİNDE HİZMET VERDİK

Bugüne kadar catering hizmeti verdiğiniz en büyük organizasyonlardan bahseder misiniz?

Kurulduğumuz 2005'ten bu yana 'Exclusive Catering' alanında hizmet vermeye devam ediyoruz. Deneyimli personellerimiz ve yılların verdiği tecrübeyle adımızdan söz ettiriyoruz. Hem kendi tesislerimizde hem de İstanbul'un seçkin mekânlarında eğitimli kadromuz, geniş menü seçeneklerimiz ve profesyonel yaklaşımımızla birkaç kişilik özel davetlerden büyük toplantı ve kongrelere kadar bir çok organizasyona imza attık, atıyoruz. Şu ana kadar binin üzerinde düğün organizasyonunda hizmet verdik. Dünyanın en büyük sağlık kongrelerinden Dünya Kemoterapi Kongresi'nin bin 500 kişilik kokteyl ve gala yemeğini Antalya Kültür Park'ta, Dünya Fizik Kongresi'nin bin kişilik gala yemeğini de Dolmabahçe Sarayı Hasbahçe'de gerçekleştirdik. Ayrıca İstanbul Üniversitesi'nin 10 bin kişilik mezuniyet töreninde yiyecek ve içecek organizasyonunu yaptık. 3 cumhurbaşkanı, 2 başbakan, yabancı devlet adamları ve çok sayıda seçkin siyasetçi ile iş adamının iştirak ettiği organizasyonları gerçekleştirdik.

DUDO'NUN İLKE VE DEĞERLERİ

- Sevgi ve saygı ortamında çalışmak.
- Yapabileceğinin en iyisini yapmak.
- Olayları ve davranışları yapıcı olarak değerlendirmek, görüşlerini medenice belirtmek.
- Sürekli yenilik yapmak.
- Takım çalışmasına önem vermek.
- Kendisine, yaptığı işe ve müşterilerine güvenmek.

DUDO'NUN KALİTE POLİTİKASI

- İmalat ve sevkiyatta en sağlıklı ve kaliteli girdileri kullanmak.
- Tüketicilere resmi makamlarca istenilen periyodik raporları vermek.
- Sahip olduğu saygınlık, güvenirlilik ve şeffaflığı sürekli kılmak.
- Yeni gıda imalatı için gıda teknolojilerini benimsemek, etik ilkelere önem vererek pazar ağını genişletmek.
- İnsan sağlığına saygıyı esas aldığını unutmadan kalite yönetim sistemini sürekli geliştirmek.

KEYVENİ DENİNCE AKLA KALİTE HİJYEN VE LEZZET GELİYOR

Devletin sektöre müdahale etmesi gerektiğini belirten Keyveni Kurumsal Hazır Yemek Yönetim Kurulu Başkanı Sadık Çelik, şirket olarak tüm yasal şartlara tam olarak uyduklarını söylüyor.

Catering sektöründe kalite konusunda en iddialı şirketlerden biri Keyveni. Yönetim Kurulu Başkanı Sadık Çelik ile Keyveni Kurumsal Hazır Yemek'i ve sektörü konuştuk.

30 yıldan fazladır sektörün içindesiniz. Öncelikle, kalite ve hijyenle ilgili kriterlerinizden bahseder misiniz?

Keyveni'de entegre yönetim sistemleri bulunmaktadır. TSE tarafından ISO 22000, ISO 9001, ISO 14001 ve ISO 18001 standartları için her yıl ayrı ayrı denetime tabi tutulur. Tüm personelin bone, kolluk, galoş ve iş kıyafeti olmadan üretim alanına girmesi yasaktır. Sebzelerin dezenfeksiyonu için 3 aşamalı yıkama sistemi bulunur. Yemeklerde katkı maddesi kullanılmaz. Depolarda FIFO, yani ilk giren ilk çıkar prensibi uygulanır. Bünyesinde et işleme ünitesi ve kasapları bulunur. Bu sayede yüzde 100 yerli dana karkas tedarik edilir ve yemeğin türüne göre hiçbir tağşişe fırsat vermeden kıyma ya da kuşbaşı olarak işlenir. Glikoz, mısır şurubu ya da yapay tatlandırıcılar kullanılmaz. HYB belgelerine sahip ilaçlama firmasından sürekli haşere ve böcek hizmeti alınır. Her üretimde alınan numuneler analiz için akredite laboratuvarlara gönderilir. Gıda kodeksi, gıda mevzuatı ve diğer yasal şartlara tam olarak uyulur. Tüm personelin portör taramaları 6 ayda bir yaptırılır ve tüm personelin MEB onaylı hijyen sertifikaları mevcuttur.


Sadık Çelik

Çok sık eleştirdiğiniz sektörün durumunu nasıl görüyorsunuz?

Biz 37 yıldır merdiven altı diye tabir edilen ve halkın sağlığıyla oynayan firmalarla mücadele ediyoruz. Bu firmalar, Kamu İhale Kurumu'ndan ihale alan firmalardır. Beslenmeleri hormonlu uluslararası firmalardır. Bu sektör, uluslararası fonlar tarafından yönetilemeyecek kadar mühim ve insan hayatını ilgilendiren kamusal bir alandır. Devlet ulusal politikalarıyla yemek sektörünü yönlendirmeli ve yönetmelidir. Ülkemizi yöneten yöneticilere çağrıda bulunuyorum; bu alanı ulusal tekellerin ve fonların esaretine, yönetimine bırakmayın. Lütfen müdahale edin. Sektörümüz ne yazık ki bitti. Ben bu çığlığı dün de haykırdım, bugün de haykırıyorum. Ama değişen hiçbir şey yok.

Sektörle ilgili eleştirilerden sakınmıyorsunuz. Size ne tür tepkiler geliyor?

Birisi "Bindiği dalı kesebilecek kadar deli bir adamdır" diye yazı yazmış. Ben bununla gurur duyuyorum. Eğer benim şirketimin menfaatleri benim ülkemin aleyhine ise ben o dalı keserim.

Hizmet alan firmalar kalite ve hijyene ne kadar dikkat ediyorlar?

Öncelik tabii ki maliyet. Kalite ve hijyenin belirli bir maliyeti var. Merdiven altı pek çok firma ucuz fakat sağlıksız hizmetler sunuyor. Maalesef denetleme mekanizmaları çok efektif kullanılamadığı için eşit koşullarda rekabet yapılamıyor.

Catering sektöründe Keyveni denince müşterilerinizin aklına ilk ne geliyor?

Kalite, hijyen, lezzet, demokrasi, adalet, hukuk, saygı, çalışanların hakkı ve hukuku geliyor.

2023'te hayata geçirmeyi planladığınız örnek bir tesis hayaliniz var. Bilgi verebilir misiniz?

Ümraniye Şerifali'de Türkiye'de örnek teşkil edecek bir tesis oluşturuyoruz. Tesis, gelişen teknoloji ve dijitalleşmeyi bünyesinde tam anlamıyla bulunduracak. Endüstri 4.0'ın yemek sektöründe uygulamaya dökülmüş hali olacak.



ÜÇ ÖĞÜN, KALİTE ODAKLI BİR FİRMA

ÜÇ ÖĞÜN CATERİNG YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI FARUK DURAL: "BİZ, MALİYET ODAKLI DEĞİL, KALİTE ODAKLI ÇALIŞAN BİR FİRMAYIZ. KALİTEMİZDEN ÖDÜN VERMEYİ DÜŞÜNMÜYORUZ."

Catering sektöründe kalite odaklı çalışan firmalardan biri de Üç Öğün. İstanbul Sultanbeyli, Esenyurt, Ankara, Bilecik, Eskişehir ve Denizli 'deki mutfaklarında günlük 25-30 bin öğün yemek üreten Üç Öğün Catering'in Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Faruk Dural ile şirketi ve sektörü konuştuk.

Üç Öğün'ün hikâyesini kısaca anlatabilir misiniz?

Üç Öğün Catering, Sinpaş'ın yemeklerini yapmak üzere kuruluyor. Daha sonra Sinpaş'ta üst düzey yöneticilik yapmış olan Ömer Faruk Çelik Bey, EYG Grup adında ayrı bir şirket kurarak Üç Öğün'ü de bünyesine katıyor. Üç Öğün Catering, 2016'da Kuveyt merkezli gayrimenkul fonu Murabahat ile ortaklık yapıyor. Murabahat'ın Londra, Kuveyt, Suudi Arabistan, Mısır, Bosna Hersek ve İstanbul'da otel ve gayrimenkul yatırımları var. Mekke'deki Zemzem Towers'ın bir kulesi Murabahat'ın mesela.

Ortaklık nasıl kuruluyor?

Gayrimenkul dışında tarım, hayvancılık ve catering işine de girmek isteyen fonun yöneticisi, daha önceden tanıştığı Ömer Faruk Bey'e bir teklifte bulunuyor. Ve Üç Öğün'ün yüzde 50'sini ve yönetim hakkını satın alıyor.

Çalışma modeliniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Biz, maliyet odaklı değil, kalite odaklı çalışıyoruz. Sektörde çok düşük fiyata yemek üretenler var. Ama ben maliyet odaklı hizmet alan firmalara şunu söylemek istiyorum. Bir çalışanın yediği yemek, performansı yüzde 15 etkiliyor. Yemek az kaliteliyse, performans düşüyor. Kaliteliyse de yükseliyor. Toplamda yüzde 15 performans farkı söz konusu. Bir şirket, 3 liranın hesabını yaparken, diğer taraftan çok daha büyük kayıplara uğruyor.


Faruk Dural

Kalite ve fiyat standartlarının olması gerekmiyor mu sektörde?

Gerekiyor ama sektörde denetim yetersiz. Yemek fiyatlarının en fazla yüzde 10-15 fark etmesi lazım. Fakat yüzde 35-40'lara kadar fark ediyor.

Personel eğitimiyle ilgili ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?

Belli aralıklarla eğitimlerimiz oluyor. Ayrıca birkaç ayda bir Murabahat şirketinin yurt dışındaki şefleri, aşçıları gelip kendi mutfaklarındaki çeşitli tatları ve tecrübelerini bizlerle paylaşıyor. Ortaklığın bu anlamda da avantajları oluyor.

Farklı tatları yemeklerinizde uyguluyor musunuz?

Farklı tatları daha çok, yeni geliştirdiğimiz diyet yemeklerinde kullanmayı düşünüyoruz. Bunun için Diet Plus diye bir uygulama başlattık. Türkiye'de yapılan ama henüz tam gelişmemiş bir uygulama. Deneme aşamasındayız ve oldukça iddialıyız. Diyet yemeklerini kutu içinde evlere servis edeceğiz. Diyet yapan zaten yemek yemiyor, acı çekiyor. Biz değişik tatlarla hizmet vererek o insanların moralini yüksek tutmaya çalışacağız. Paketine, kabına varıncaya kadar tüm malzemelerimiz en iyisi olacak. İnsanlara birçok seçenek de sunacağız. Diyet firmaları genelde size bir liste verip 'Bunları yiyeceksiniz!' derler. Bir de programımız var. İnsanlar oraya girip günlük kalori miktarını aşmadan menü seçimi yapabilecek. Öğünlük, günlük, haftalık, aylık siparişler verebilecek.

Diet Plus'ın dışında yemek markalarınız var mı?

3 Öğün Lokanta ve Go Döner markamız var. Bazı AVM'lerde şubelerimiz bulunuyor. Bu markaları belli bir kârlılığa ulaştırdıktan sonra franchising de vermeyi düşünüyoruz.

TÜRKİYE'DE GİDECEK DAHA ÇOK YOLUMUZ VAR



Dünyada ve Türkiye'de temizlik makinesi denince akla ilk Alman temizlik devi Kärcher geliyor. Sarı rengiyle akıllara kazınan Kärcher, üstün temizlik teknolojileriyle alanında öncü olmayı sürdürüyor. Kärcher Türkiye Genel Müdürü Gökhan Hasan Gökmen ile markayı ve Türkiye pazarını konuştuk.

Temizlikte birçok ilke imza atan Kärcher'ı bir de sizden dinleyebilir miyiz?

En büyük farkımız, işimizin sadece temizlik teknolojileri olması. Bunu diyebilen firma sayısı yok denecek kadar az. Temizlik makinesi üreten firmalar bile bu kapsamda üretmiyor. Sadece basınçlı yıkama makinesi, sadece profesyonel makine ya da sadece belediye tipi temizlik makinesi üretiyor. Bizim en büyük farkımız, temizlikle ilgili her şeyi üretmemiz. Evinizde kullandığınız ufacık elektrikli süpürgeden sokağı süpüren birkaç yüz milyon Euro'luk makinelere ve tesis, filo yönetim yazılımlarına kadar her şeyi üretiyoruz. Kärcher'in bir farkı da 83 yıllık köklü bir aile firması olması. Hâlâ aile firması ve halka açık değil. Bu da şirketi çok işlevsel ve dinamik kılıyor. Uzun vadeli planlar yapılabiliyor. Bir özelliği de Alman firması olması. O kültürün her şeyini taşıyor. Yenilikçi, sağlam, iddialı ve mühendislik harikası...

Kärcher Türkiye Genel Müdürü Gökhan Hasan Gökmen: "2017 bizim için hakikaten çok çok iyiydi. Kurdaki hareketlilik temkinli olmaya itse de 2018'de planlamamızın çok önündeyiz. Türkiye'de gidecek daha çok yolumuz var."

Kärcher denince sizin aklınıza ve müşterilerinizin aklına ilk neler geliyor?

Benim aklıma ilk sarı renk geliyor (gülüyor). Sarı renk kalıcı olmuş, bizimle özdeşleşmiş. Müşterilerimiz için de aynı şekilde. Renk kısmı işin esprisi ama Alman markası olduğu için akla ilk sağlamlık geliyor. Uzun süre kullanılabilir, problem yaşanmaz ve performansı iyidir gibi… Bunun dışında, firma yıllardır inovatif gittiği için, müşteriler hep yenilikçi ürünleri bizden bekliyor. Sağlamlığın yanında yenilikçilik ve inovatiflik de Kärcher ile özdeşleşmiş durumda.

Kärcher, dünya genelinde 2017'de yine bir büyüme trendi izledi. Peki, Kärcher Türkiye açısından 2017 nasıl geçti?

2017 çok iyi bir sene oldu. Hem Kärcher Global hem de Kärcher Türkiye için… Bizim zaten 2020'ye kadar 10 yıl üst üste dünya genelinde yüzde 10 ve üzeri büyüme hedefimiz vardı. Dünyada da inişler-çıkışlar oluyor tabii. Bir yıl hedefin altında kalsak da diğer yıl hedefin üzerine çıkarak ortalamayı tutturuyoruz. 2017 bu açıdan çok iyiydi. Globalde ciro olarak 2,5 milyar Euro'yu geçtik. Bu tabii psikolojik bir sınır oluyor firma büyüklüğü açısından. O yüzden bu sınırı geçmek çok sevindirici oldu. Şirketimiz hem bütçe hedeflerini yakaladı hem de büyüme elde etti. Bizim tabii Avrupa'dan farklı gündemlerimiz ve hedeflerimiz oluyor. Bir kısmı bize bağlı, bir kısmı da dış etkenlere bağlı. Bize bağlı olun şu: Biz oran olarak Kärcher'in globaldeki büyüme hedeflerinin daha üzerinde hedeflerle gidiyoruz. Çünkü Türkiye'de gidecek daha çok yolumuz var. Geçen sene bu büyüme oranlarını elde ettik. Euro'nun TL karşısındaki aşırı değerlenmesine rağmen yüzde 40 civarı bir büyüme elde ettik karlılık anlamında. Biz zaten böyle üst üste radikal büyüme rakamları yakalıyoruz. 2015 bu anlamda müthiş bir seneydi. 2016 nispeten iyiydi. 2017 ise hakikaten çok çok iyiydi.

GELECEKLE İLGİLİ BEKLENTİLERİMİZ BÜYÜK

Peki, 2018 nasıl başladı?

Bu sene de hacim anlamında çok iyi başladı. Planlamamızın çok önündeyiz. Türkiye'de nihai hefedimiz globalde var olan algımızı ülkemize de taşıyarak yılların uzmanlığıyla gelen Kärcher deneyimini müşterilerimizle buluşturmak.

Siz Euro ila alıp TL ile mi satıyorsunuz?

Biz Euro olarak alıp genellikle TL ile satıyoruz. Ürünün boyutuna ve sipariş teslim süresine göre değişiyor. Ama siparişe özel gelen endüstriyel ürünlerinizi Euro olarak satıyoruz. Bunlar 50 bin, 100 bin Euro'luk büyük temizlik makineleri. Ama perakendede hepsi TL olarak satılıyor.

Türkiye pazarını nasıl görüyorsunuz? Yakın dönemdeki hedefleriniz neler?

Genel olarak baktığımızda Türkiye çok büyük bir pazar. Temizlik sektörü de -hacim olarak en azından- değişken bir sektör değil. Temizlik, ana ihtiyaç. Her yerde her zaman temizleniyor. Sarf malzemelerine ve temizlik makinelerine her zaman ihtiyaç var. Kaldı ki profesyonel temizlik makinesi kullanımı Türkiye'de düşük seviyedeydi. Yavaş yavaş yükseliyor bu. Temizlik firması kullanımı da aynı şekilde yavaş yavaş yükselen bir trend. Dolayısıyla bu trendlerle beraber bizim gidecek çok yerimiz var. Gelecekle ilgili beklentilerimiz büyük.









CİROMUZUN YÜZDE 75'İ PROFESYONEL ÜRÜNLERDEN

İki ana ürün grubunuz var. Ev tipi ve profesyonel… Hangisinin cirosu daha fazla?

Ciromuzun yüzde 70-75'ini profesyonel ürünler oluşturuyor. Buradaki ürün gamımız oldukça geniş. Bunun içinde zemin grubu var, basınçlı yıkama grubu var, elektrikli süpürge grubu var, belediye ekipmanları grubu var, teknik servis grubu var. Ev tipi ürünler ise ciromuzun yüzde 25-30'unu oluşturuyor. Ev tipinde ise basınçlı yıkama, buharlı temizleme ve elektrikli süpürgeler yer alıyor.

16 TANE KÄRCHER CENTER'IMIZ VAR

Satış ve servis ağınızdan bahsedebilir misiniz?

Profesyonel alanda 130 civarında bayimiz var. Ev tipi dediğimiz perakendede ise bin nokta diyebiliriz. Profesyonelde ürünlerimizi bayilerimiz ve direkt satış elemanlarımız aracılığıyla pazarlıyoruz. Direkt satış çalışanlarımız, daha çok otel ve tesis yönetim firmaları gibi büyük müşterilerimizle ilgileniyor. Bayilerimizin 12 tanesinin Kärcher Center'ı var. İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya olmak üzere 4 tane de bizim var. Toplam 16 Kärcher Center'ımız bulunuyor. Kärcher Center'larda hem showroom hem teknik servis hem de o bölgeye bakan satış elemanlarının ofisleri bulunuyor.

ARF GROUP TESİS YÖNETİM HİZMETLERİ BÜNYESİNDEKİ

ARF AKADEMİ İLE PERSONEL KALİTEMİZİ ARTIRIYORUZ

Hizmet sektöründe personel eğitimine çok büyük önem veren kurumların başında ARF Group geliyor. ARF Group Yönetim Kurulu Başkanı Arif Gülen, sektördeki nitelikli personel sıkıntısı ve eğitim çalışmalarıyla ilgili sorularımızı cevapladı.

Sizce Türkiye'de işsizlik sorunu mu var, iş beğenmeme sorunu mu?

İşsizlik mutlaka var ama organize sanayilerin olduğu yerlerde işsizlikten ziyade iş beğenmeme var. İnsanlar asgari ücrete veya asgari ücretin bir tık üzerinde maaşlara çalışıyor. Bir de altı tam doldurulamayan, sosyal devlet ilkesine uysun diye çıkarılmış bir uygulama da var. İnsanları tembelliğe alıştırıyor. Adam diyor ki 'Asgari ücretle çalışacaksam, istediğim zaman ayrılıp dinlenebileceğim, işsizlik sigortasından da belli bir süre faydalanabileceğim bir işte çalışayım.' Ben şu an bölgenin en büyük firmalarından biri olarak güvenlikte 40-50 eksikle çalışıyorum. Diğer firmaları düşünemiyorum bile. Çünkü bizde sigortalar bire birdir. Maaşlar gününde yatar. Maaşlarımız sektöre göre bir tık yüksektir. Ama bana şu an 50 tane eleman getirin, hemen başlatacağım bir boşluk var.

İş başvuruları yok mu?

Var ama yeterli değil. Adama bakıyorsun, güvenlik kimliği almış, garsonluk yapıyor, taksicilik yapıyor. Bu işi hâlâ meslek olarak değil, geçiş süreci olarak görüyor. Polislik sınavı oluyor oraya, askerlik sınavı oluyor oraya… Her şeyi denemiş ama hiçbir şey olamamış arkadaşlarla bu mesleği çevirmeye çalışıyoruz. İdealist, ben çok iyi bir güvenlik görevlisi olacağım diyen yok.

Temizlikteki durum ne?

Temizlikte de şöyle bir tezim var benim: Ben iş adamıyım, gittiğim yerde en iyi otelde kalmak, en iyi restoranda yemek yemek istiyorum. Neden? Temiz olsun, kaliteli olsun diye. Ama tüm bu isteklerimi yerine getiren kim? Asgari ücretli temizlik görevlisi. Yani bütün beklentimiz o insanlardan ama o insanlara kıymet verilmiyor.

Neden kıymet verilmiyor?

Asgari ücret, adı üstünde en düşük ücret demek. İlla o maaşı vereceksin diye bir şey yok. Ama o zaman Arif Bey, siz yüksek maaş verin diyebilirsiniz. Ama ben hizmet sektörüyüm. Kendi çalışanlarıma yüksek maaş veriyorum ama dışarıya hizmet verdiğim yerlerde asgari ücreti dikkate almak zorundayım. İhaleye giriyorsun, rakiplerin de giriyor. Aslında rakiplerde ve müşterilerde bu anlayışı yerine getirdiğimizde mesele kendiliğinden hallolacak. Şu an kim çocuğunun temizlik görevlisi olmasını ister? Kabul görmeyen, çaresizlikten yapılan, eğitimine önem verilmeyen ama sağlımızın, hijyenimizin ona bağlı olduğu bir sektörden bahsediyoruz.


Arif Gülen

ARF GROUP YÖNETİM KURULU BAŞKANI ARİF GÜLEN: "KENDİ PERSONELİMİZİ EĞİTİP DAHA NİTELİKLİ HALE GETİRMEK İÇİN ARF AKADEMİ'Yİ KURDUK."

Siz ne yaptınız peki?

ARF Akademi'yi kurduk. Kendi personelimizi eğitip daha nitelikli hale getiriyoruz. Sosyal aktivitelerle farkımızı ortaya koyup tercih edilebilirliğimizi artırıyoruz. Sirkülasyonun en az olduğu kurumlardan biriyiz. Ama Türkiye'yi bekleyen çok önemli bir sıkıntı var. Ücreti, sosyal imkânları, refahı geliştiremezsek, yakında güvenlik ve temizlik görevlisi bulamayacağız. Orta ve alt kademede nitelikli personel sıkıntısı var. Bunu sektör temsilcileri dert edinmeli. Yoksa sektörün işi kötü.

GÜÇLÜ REFERANSLARLA 62 ÖNEMLİ PROJEDE HİZMET VERİYORUZ

Yeniçeri Özel Güvenlik Hizmetleri A.Ş. Genel Müdürü İsmail Sağıroğlu: "21 ilde, büyük bölümü stratejik tesis niteliğinde olan 62 projede, her açıdan sektörün kalite standartlarının üstünde hizmet verme gayretindeyiz. Sahip olduğumuz milli markayı, Türkiye'de ve uluslararası alanda zirveye taşımayı hedefliyoruz."

Elektronik ve fiziki güvenlik alanında hizmet veren Yeniçeri Özel Güvenlik, sektöründe hızla büyüyerek lider konuma gelen firmalardan biri. Yeniçeri Özel Güvenlik Genel Müdürü İsmail Sağıroğlu, hizmetleriyle ilgili sorularımızı cevapladı.

Öncelikle Yeniçeri Güvenliği biraz daha yakından tanıyabilir miyiz?

Ağustos 2012'de "Güvenli bir gelecek ve güvenli bir dünya için her zaman yanınızdayız" sloganıyla kurulan şirketimiz, kuruluşuyla birlikte verdiği hizmet, hizmet kalitesi ve görevdeki ciddiyetiyle çok kısa bir zamanda büyüme açısından ciddi bir yol kat etti. Şu an disiplinli, dürüst, ilkeli, seçkin ve eğitimli personel tercihimiz ve kaliteli hizmet anlayışımızla sektörde Türkiye'nin en büyük firmaları arasında yer almayı başardık. Güçlü referanslara sahibiz. Firmamız şu an Antalya'dan İstanbul'a, Burdur'dan Artvin'e, Ankara'dan İzmir'e, Bingöl'den Tokat'a 21 il ve 62 projede hizmet vermektedir.




İsmail Sağıroğlu

Bu 21 ilde hangi kurumlara ve tesislere hizmet veriyorsunuz?

Daha öncesinde genelde kurucu ortaklarımız Kolin ve Cengiz Holding ile bunların ortaklık yaptığı projelere hizmet vermekle birlikte, bugün ülkemizin her yerinde stratejik tesis ve fabrika inşaatları ile holdingler, her türlü işyeri, konut, tesis, plaza, site, depo, fabrika, hastane, okul, liman, havaalanı, gar, alışveriş merkezleri, tarihi yapılar, ticaret merkezleri, spor tesisleri, elektrik ve gaz dağıtım şirketleri, maden işletmeleri, koru ve açık alanlarda 24 saat hizmet veriyoruz. Yeniçeri Özel Güvenlik olarak sektörle ilgili tüm teknolojik gelişmeleri yakından takip ediyor ve hizmetlerimizde kullanıyoruz.

Personel seçiminde kriterleriniz neler?

Yeniçeri Özel Güvenlik ailesine katılacak olan personeli referans sistemiyle titiz bir şekilde seçiyoruz. Seçtikten sonra da seçkin eğitim kadromuzca eğitimlerini tamamlayıp iş başı yaptırıyoruz. Anlayışımız kaliteli hizmet. Güvenlik sektöründe ilkleri başaran firmamız, ülkemizdeki kaliteli hizmet anlayışını uluslararası platforma da taşımayı amaçlamaktadır.

Şu an hizmet verdiğiniz en büyük proje neresi?

Hizmet verdiğimiz en büyük proje, dünyanın en büyük havalimanı olacak olan İstanbul 3. Havalimanı. Önümüzdeki 29 Ekim'de tamamlanarak açılışı yapılması planlanan 3. Havalimanı'nın inşaatının güvenliği Yeniçeri Özel Güvenlik'e emanet. İnşaat aşamasında şantiye alanında güvenlikten sorumlu olan firmamız, 2028'de tam manasıyla tamamlanıp dünyanın en büyük havaalanı olma özelliğini alacak olan bu dev projede görev yapmanın gururunu taşımaktadır. Bu projenin öncelikle yüce Türk milletine, devamında da tüm insanlığa hayırlı olmasını temenni ediyorum.

ÇALIŞANLARIMIZ KALİTEDEN ÖDÜN VERMEYEN BİREYLERDİR

Yeniçeri Özel Güvenlik çalışanlarını nasıl tarif edersiniz?

Çalışanlarımız; bilgili, becerikli, çalışkan, dürüst, kurumuna bağlı, birbirine saygı duyan ve seven, ekip ruhunu benimsemiş, kaliteden ödün vermeyen, her zaman kurumunun itibarını koruyan, öğrenmeye ve yeniliğe açık, kurumunun karar ve hedeflerini paylaşan, çevreye karşı saygılı, esnek ve yatay örgüt yapısı içinde hızlı karar verebilen, içinde bulunduğumuz sektörde başarılı olacağımıza inanmış bireylerdir.

EĞİTİMLİ PERSONELLERİMİZ EN BÜYÜK TEMİNATIMIZ

MHS ÖZEL GÜVENLİK'İN GENEL KOORDİNATÖRÜ YASİN KINIK: "MÜŞTERİLERİMİZ GİBİ DÜŞÜNEBİLEN, AİDİYET DUYGUSUNA SAHİP VE VERDİĞİMİZ EĞİTİMLERLE DONATILMIŞ PERSONELLERİMİZ, BÜYÜME ADIMLARIMIZDAKİ EN BÜYÜK TEMİNATIMIZDIR."

10 yılı aşkın bir süredir güvenlik sektöründe faaliyet gösteren MHS Özel Güvenlik'in Genel Koordinatörü Yasin Kınık, eğitim çalışmalarıyla ilgili sorularımızı yanıtladı.

Öncelikle firmanız hakkında bilgi alabilir miyiz? Ne zaman kuruldu, şu an hangi noktada?

MHS Grup olarak 10 yılı aşkın bir süredir hizmet vermekteyiz. Özel güvenlik dünyasına farklı bir bakış açısı getirmek amacıyla müşterilerimiz gibi düşünebilen, aidiyet duygusuna sahip ve verdiğimiz eğitimlerle donatılmış personellerimiz, büyüme adımlarımızdaki en büyük teminatımızdır. MHS Güvenlik olarak sektörel gelişiminin en büyük etkeninin personel kalite ve anlayışının üst seviyelere çekilmesi olduğunu düşünmekteyiz.

Çalışanların çoğunun güvenliği en son yapılacak iş olarak gördüğü bir sektörde faaliyet gösteriyorsunuz. Sürekliliği sağlama adına siz neler yapıyorsunuz?

Sektördeki en büyük sıkıntı, güvenliği mesleği olarak benimsemeyen personellerdir. MHS Güvenlik olarak amacımız, sektörü meslek olarak gören ve ufak da olsa bir kariyer planı olan çalışma arkadaşları seçip eğiterek büyüme yolunda ilerlemek.



Yasin Kınık

Eğitim çalışmalarınızla ilgili bilgi verebilir misiniz?

Genel olarak sektördeki güvenlik şirketlerinin verdiği eğitimin kalitesi değişse de içeriği aynı. MHS Güvenlik olarak standart verdiğimiz eğitimlerin yanında yorumsal ve canlandırmalı eğitimlerle sektörde yaşanmış ve gerçek olaylar üzerinden güvenlik personelimizin davranış kabiliyetlerini geliştirme çabasındayız. MHS Güvenlik olarak eğitimin en faydalı halinin görev yerinde verilen eğitim olduğunu düşünmekteyiz. Ayrıca, 5188 Sayılı Özel Güvenlik Yasası'nda bulunan, bence inisiyatif veren maddelerine karşı personelimizi bilinçlendirerek kendilerinden daha da emin olarak görev yapmalarını sağlamaya çalışıyoruz.

Güvenlik de kendi içinde uzmanlık alanlarına ayrılıyor. VIP güvenlik, stat güvenliği, AVM güvenliği, açık alan güvenliği, site güvenliği… Uzmanlık alanlarına göre farklı eğitimler veriyor musunuz?

Özel güvenlik, çalışanlar gibi sektör olarak da kendi içinde bir mozaik. Hizmet verilen değişik alanlarda görevler ve tanımları aynı gibi gözükse de güvenlik görevlisinde istenilen özellikler değişebiliyor. Genel güvenlik hizmeti dışında insan ilişkileri, davranış bilimleri, öfke kontrolü, diksiyon ve empati kullanabilme yeteneği gibi özellikler, hizmet sektörü içinde çalışan güvenlik görevlilerinden ekstra istenebiliyor. Hizmet verilen projenin yaptığı iş kolu çok önemli. İş koluna göre personelimize eğitim vererek görev yapmalarını sağlamaya çalışıyoruz.

Güvenlik sektörünün mevcut durumunu ve geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Sektörün gelişme hızı oldukça iyi ve daha da gelişecektir. Benim düşüncem ilk olarak 'herkes özel güvenlik görevliliği yapabilir' düşüncesini silmekten geçmektedir. Kolay mı? Hiç kolay değil. Burada bence yapılması gereken asıl iş, işveren de dahil eğitimdir. 5188 Sayılı Özel Güvenlik Yasası hakkında bilgi, görev tanımları, eğitimleri, sınavları, şartları hizmet verdiğimiz müşterilerimize de iyice aktarılmalı bence. Bilmek zorundalar mı? Tabii ki hayır. Ancak sektörel gelişme ve ücret düşüklüğünün en büyük sebebi bu durum bence. Bu bahsettiğim durumda da biz özel güvenlik şirketlerine çok iş düşmektedir.

ÇALIŞANLARIMIZIN GELİŞİMİ İÇİN CİDDİ YATIRIMLAR YAPIYORUZ

Güvenlik sektöründe personel eğitimine büyük önem veren kurumlardan biri de Securitas Türkiye. Securitas Türkiye İnsan Kaynakları (İK) Koordinatörü Ebru Gültekin, eğitim çalışmalarıyla ilgili sorularımızı cevapladı.

Çalışanlarınızın mesleki ve kişisel gelişimlerini desteklemek için gerçekleştirdiğiniz programlardan bahseder misiniz?

Securitas Türkiye olarak misyonumuz, 'bilgi lideri' olmak. Bu nedenle çalışanlarımızın eğitim ve gelişimi için ciddi yatırımlar yapıyoruz. Hedefimiz, alanında en iyisi olmak için çalışan, işini en doğru şekilde yapan çalışanlar oluşturmak. Securitas Türkiye Eğitim Platformu sayesinde kendi hazırladığımız 35'in üzerinde mesleki ve kişisel gelişim eğitimini bugün 13 bin 500'den fazla çalışanımızın erişimine sunuyoruz. Çok çeşitli hizmet yerlerinde görev yapıyoruz. Bu nedenle her hizmet verdiğimiz noktada eğitim ihtiyaçları farklılık gösterebiliyor.

İşe başlamadan önce ne tür eğitimler veriyorsunuz?

İşe girmeden önce ve göreve başladıktan hemen sonra çalışanlarımız iş sağlığı ve güvenliği (İSG) ile temel güvenlik eğitimlerini tamamlıyorlar. Özellikle işbaşı eğitimlerine katılıyorlar. Sürekli gelişim için iç eğitmenler yetiştiriyor ve 50'nin üzerinde mesleki ve kişisel gelişim eğitimlerini her yıl çalışanlarımızla buluşturuyoruz. Eğitimleri sadece sınıf eğitimi ve uzaktan eğitim olarak gerçekleştirmiyoruz. Çeşitli öğrenim materyalleriyle de onları destekliyoruz. Gelişim toplantıları düzenliyoruz.

Securitas Türkiye İnsan Kaynakları Koordinatörü Ebru Gültekin: "Çalışanlarımızın eğitim ve gelişimi için ciddi yatırım yapıyoruz. Gelişimine katlı sağlamak isteyen çalışanlarımıza Avrupa'da ilgi alanıyla ilgili deneyim kazanma şansı sunuyoruz."


Ebru Gültekin

Türkiye'de başka bir güvenlik şirketinde rastlamadığımız eğitim bursu uygulamanız var. Amacı ve kimlere hangi şartlarda verildiğiyle ilgili bilgi alabilir miyiz?

Gelişimine katlı sağlamak isteyen tüm çalışanlarımıza bu konuda destek olmaya çalışıyoruz. Özellikle sektöre orta kademe yönetici yetiştirmeyi amaçlayan Securitas Gelecek Nesil Şube Programı ile çalışanlarımızı yöneticilik pozisyonlarına hazırlıyoruz. Ayrıca Melker Schörling Bursu adını verdiğimiz burs programıyla çalışanlarımıza bir hafta başka bir Avrupa ülkesinde ilgi alanıyla ilgili deneyim kazanma şansı sunuyoruz. En önemli şart, yabancı dil bilgisi. Çalışanlarımız hazırladıkları özgeçmiş ve niyet mektuplarıyla başvuruda bulunuyor. Bursu kazanan çalışanlarımızdan öğrendiklerini Securitas Türkiye'deki tüm meslektaşlarıyla paylaşmalarını bekliyoruz. İdari kadroda görev yapan çalışanlarımızın da mesleki gelişimlerini İdari Kadro Eğitim Bursu ile destekliyoruz. İdari kadrolarımızda 3 ay görev yapan tüm çalışanlarımız, pozisyonlarına, kariyer ve performans hedeflerine uygun burs programlarına başvuruda bulunabiliyor.

İşe yeni başlayanlara yönelik eğitim çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

İşe yeni başlayan çalışanlarımız, henüz göreve başlamadan İSG eğitimlerini tamamlıyor. Aynı zamanda Securitas Değerleri ve Etik Kodu ile Securitas Temel Oryantasyon ve Securitas Temel Güvenlik Eğitimi alıyorlar.

Sirkülasyonun çok olduğu güvenlik sektöründe şirketinizin gerçekleştirdiği eğitim ve gelişim programları çalışanlarınızda ne tür etkiler meydana getiriyor?

Eğitim ve gelişim programlarını tamamlayan çalışanlarımız kariyer hedeflerine daha hızlı ulaşıyor. Bu da aidiyeti sağlıyor. Bilgili ve donanımlı Securitas çalışanları işlerini en iyi şekilde yapıyor ve toplumun daha güvenli olmasını sağlıyorlar. Eğitim ve gelişim programları tüm çalışanlar arasında ortak bir kültür yaratıyor. Bu açıdan da oldukça kıymetli.

ATALIAN HIZLA BÜYÜMEYE DEVAM EDECEK



ATALIAN Global Services Turkey CEO'su Uğur Oktar: "2018, 2019 ve 2020 için planlarımız hazır. Hem organik hem de şirket satın alarak büyümeye devam edeceğiz."

Uğur Oktar

Hizmet sektörü, özellikle yabancı şirketlerin yatırımlarıyla hızla dönüşmeye, gelişmeye devam ediyor. Sektöre yön veren yabancı sermayeli şirketlerden biri de ATALIAN Global Services Turkey. CEO Uğur Oktar ile İstanbul Maltepe'deki ATALIAN Genel Merkezi'nde tesis yönetim kavramını, sektörün gelişimini ve hedeflerini konuştuk.

Uğur Bey, sektörde yeni bir kavram olan tesis yönetim ile başlayalım isterseniz. Tesis yönetim deyince herkes farklı şeyler anlıyor. Sizce bu kavram tam olarak nedir?

Türkiye'de tesis yönetimi dendiğinde işin kapsamı tam olarak anlaşılmıyor. Bu da sektörün tam gelişmediğinin ya da doğru anlatılamadığının bir göstergesidir. Bizler de bu düşünceyle Tesis Yönetim Derneği'ni kurup sektörü bir sonraki aşamaya taşımak istedik. Tesis yönetimi aslında, müşteriye "Siz uzmanlık alanınız olan kendi işinize odaklanın. Kendi işiniz dışındaki bütün yan hizmetleri uzmanına bırakın. İsterseniz parçalayarak, isterseniz tek bir firmaya taşere edin." demektir.

Tesis yönetim sektörünün gelişimini nasıl görüyorsunuz?

Temizlik hizmetleri ile işe başlayan pek çok firma, müşterilerinin artan talepleri nedeniyle diğer birtakım hizmetleri de devralmaya ve tesis yönetimine doğru evrilmeye başladı. Müşteri ihtiyaçları, sektörü bir yere doğru yöneltiyor. Böylece sektör de talepler doğrultusunda gelişiyor.

TESİS YÖNETİM DERNEĞİ ÜYESİ ŞİRKETLER TERCİH EDİLECEK

Tesis yönetim ile entegre tesis yönetimi arasındaki fark nedir?

Entegre tesis yönetimi, bunun bir sonraki adımıdır. Entegre tesis yönetiminde tüm hizmetler tek elden entegre olarak yapılıyor. Bunu yaparken de birtakım yazılımlardan faydalanılıyor, eğer varsa o şirketin yurt dışı bağlantılarından yararlanılıyor, şirketler daha kurumsal hale

geliyor. Tesis yönetimi hizmetleri alırken ya da verirken beklentiler bu yönde gelişiyor. Bu hizmetleri taşere ettiğinizde önemli konulardan biri, bağımlı hale gelmek. Bağımlı hale geldiğinizde hizmetlerin hukuki, sosyal güvenlik, finansman ve etik boyutu da önemli hale geliyor. Taşere ettiğiniz firmanın bütün prosedürlere uyması, çalışanlarının sigortasını doğru şekilde yatırması, gerekli güvenlik önlemlerini alarak personelini koruması çok önemlidir. Taşeron firma gerekli önlemleri almaz ve bir iş kazası olursa, müteselsilen ana işveren de sorumlu. Dolayısıyla ana işverenin bir işi taşerona vererek sorumluluğu üzerinden atması mümkün değil. Yaşanan bazı olumsuzluklar nedeniyle, kurumsallaşma mecbur kılınmış durumda. Dolayısıyla sektörün hızlı bir şekilde kurumsallaşması, merdiven altı firmaların konsolide hale gelmesi gibi bir trend söz konusu.

Yeni kurulan Tesis Yönetim Derneği'nin sektöre etkisi ne oldu?

Kurucuları arasında olduğumuz Tesis Yönetim Derneği de sektör için çok önemli. Geçtiğimiz aralık ayında kurulan derneğimiz ilk fuarını mayıs ayında gerçekleştirdi. Katılım oldukça yüksekti. Fuardan sonra kurucu üyeler bir araya gelip değerlendirme yaptık. Fuarı her yıl yapmayı planlıyoruz. Sektörün daha geniş alana yayılması için ciddi firmaların üye olması gerektiğine inanıyoruz. Bu anlamda talepler var. Ama bir taraftan da seçici ve dikkatli olmak istiyoruz. Çünkü derneği kurarken bir idealimiz vardı. O ideali taşıyan firmalar ve profesyonel yöneticiler olarak bir araya geldik. Gelecekte Tesis Yönetim Derneği hizmet almak isteyen firmalar için bir referans noktası haline gelecek. Dolayısıyla derneğin bir kalite standartının olmasını ve bu standartları da üyelerinden beklemesi gerektiğini düşünüyoruz.

BAZI FİRMALAR KAPANIP BAZI FİRMALAR BİRLEŞECEK

Sektörün şu anki halini ve geleceğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sektör geliştikçe konsolidasyon söz konusu olacak. Bazı firmalar kapanıp bazı firmalar birleşecek, yabancılar Türkiye'ye daha fazla yatırım yapacak. Tesis yönetim işini daha büyük ve daha kurumsal firmalar yapacak. Şu an zaten bir dönüşüm başladı. Hizmet alan firmalar büyüdükçe beklentiler de arttı. Bizim gibi büyük firmalara olan ihtiyaç ve talep artıyor. Müşterilerimiz, ATALIAN markasıyla muhatap olmak istiyorlar. Kurumsallığımız, onları hem mutlu hem de tatmin ediyor.

Büyüme hedefleriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

2013-2017 arasında 4 yerli firmayı satın alarak büyüdük. Temizlik, güvenlik, teknik servis, taahhüt, otomasyon ve enerji verimliliği alanlarında satın almalar yaptık. Dolayısıyla yelpazemiz oldukça geniş. 2018, 2019 ve 2020 için de planlarımız hazır. Şirket satın almalarımız devam edecek. Hem organik hem de şirket satın alarak büyümeye devam edeceğiz. Sektörün gelecek 10 yıldaki gelişmesinde ATALIAN'ın da katkısı olacak. Biz bu gelişimin bir parçası olmak istiyoruz açıkçası.



GÖRDÜĞÜMÜZ EKSİKLİKLERİ SICAĞI SICAĞINA DÜZELTİYORUZ

Personel kalitenizi artırmak için ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?

Türkiye'de insan gücünün eğitimi ve geliştirilmesi kritik öneme sahip. Bu da bizim üzerinde durduğumuz önemli konulardan biri. Şu an 6 bine yakın çalışanımız var. Şirketimizde eğitim ve denetim departmanımız bulunuyor. Bu, birçok firmada olan bir organizasyon olmadığı için bu anlamda ATALIAN olarak bir adım öne çıkıyoruz. Sahalarımıza, projelerimize giden arkadaşlarımız ortaya çıkan eksiklikleri sıcağı sıcağına oradaki personel ve yöneticilerle, gerekirse müşterilerimizle paylaşıyorlar. Amacımız, eksikliği fark edip problem haline getirmek değil, tam tersine eksiklikleri sıcağı sıcağına düzeltmeye çalışmak. Personelleri hemen eğiterek o problemlerin tekrar yaşanmasını engellemek ve hizmet kalitesini artırmak. İğneyle kuyu kazmak gibi görünse de İç eğitimler ve denetimler, bizim performans kalitemizin ve garantimizin en önemli adımlarından biridir.

Üniversitelerle işbirliği yapıyor musunuz?

Bizim sektörümüze beyaz ya da mavi yakalı personel yetiştiren bir kurum bulunmuyor. Bazı üniversitelerle görüşmelerimiz devam ediyor. Endüstri mühendisliğinin altında tesis yönetimi başlığı altında bir ders açtırıp bu derse hem ATALIAN hem de Tesis Yönetim Derneği olarak katkıda bulunabiliriz. Üniversiteler de buna çok sıcak bakıyorlar.

SEKTÖRE 'İKİ BAŞARILI KADIN' İMZASI ATACAĞIZ



Rahime Çankır   Meryem Er

ÇEŞİTLİ ALANLARDA KAZANILAN YILLARIN TECRÜBESİNİ TEK ÇATI ALTINDA TOPLAMAK İÇİN 2015'TE KURULAN PARTNER PROFESYONEL YÖNETİM'İN ORTAKLARI MERYEM ER VE RAHİME ÇANKIR, SEKTÖRDE ADLARINDAN SÖZ ETTİRMEYE BAŞLADI.

Tesis yönetim sektörü geliştikçe bu alanda hizmet veren şirketler de hızla artıyor. Sektörün yeni şirketlerinden biri de Partner Profesyonel Bina ve Tesis Yönetimi. Şirketin özelliği, iki girişimci kadın tarafından kurulması. Partner'in kurucu ortakları Meryem Er ve Rahime Çankır, sorularımızı cevapladı.

Öncelikle firmanızı kısaca anlatabilir misiniz?

Firmamız bina ve tesis yönetimi ile bina ve tesis yönetimi danışmanlık hizmetleri alanlarında faaliyet gösteriyor. Şirketimizi, uzun yıllar temizlik, teknik, güvenlik, peyzaj ve yönetim alanlarında kazanılmış tecrübeyi butik hizmet anlayışıyla tek bir çatı altında toplamak amacıyla Ağustos 2015'te kurduk ve sektöre 'iki başarılı kadın' imzası atmayı planladık. Proje özellikleri temel alınarak kurgulanmış yönetim sistemlerimizle müşterilerimize kaliteli ve kazançlı hizmet sunuyoruz.

Hizmetlerinizi özetleyebilir misiniz?

İnşaat sektörü, ekonomik kalkınmanın lokomotifi. Konut çeşitliliğinin artması, akıllı binalar, yeşil sertifikalı modern ve teknoloji ağırlıklı yapılar, profesyonel bir yönetimi de gerekli kıldı. Firmamız, profesyonel yönetimi gerektiren site, residence, plaza ve AVM'lerin yer alacağı arazinin etüdü ve fizibilitesi ile proje danışmanlığı, aidat ve diğer gelirlerin toplanması ve takibi, finansman yönetimi, kiracı ilişkileri, portföy yönetimi, güvenlik, temizlik, teknik bakım ve onarım, concierge hizmetleri gibi pek çok birimiyle entegre tesis yönetimi hizmeti sunuyor.

'Çözüm Ortağınız' sloganınızı açıklayabilir misiniz?

Bünyesinde çatı tamircisinden asansörcüsüne, tesisatçısından elektrikçisine, avukatından deprem araştırma firmasına, peyzajından güvenliğine, işletme hukukçusundan halkla ilişkilercisine birçok alanda uzmanlaşmış kişileri çalıştıran firmamız, sorunların hızlı çözümünü sağlamayı görev ediniyor. Ayrıca hizmeti bir bina için değil, birçok bina için alarak hizmet ve malların daha ekonomik alımında etkin rol üstleniyor. Hizmeti satandan çok, hizmeti birlikte sağlayan, iş ortaklığı gözüyle bakıyoruz.

Günümüz şartlarında sitelerde veya kalabalık yapılarda yaşamanın avantaj ve dezavantajlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

İster mahalle ister site yaşantısı olsun, yaşam alanı seçerken aslında kendimize sosyal ve toplumsal statü belirliyoruz. Beğeniler, sahip olduklarımızdan daha iyisine kavuşmak üzerine şekilleniyor. Tabii ki en büyük avantaj güvenlik… Devamında komşuluk ve arkadaşlık kavramının çok daha hızlı geliştiğini söyleyebiliriz. Ayrıca bahçevanlık hizmetinden teknik desteğe, otopark konforundan rekreasyon alanlarında sosyalleşmeye kadar, beraberinde birçok olanak getiriyor. Tabii alınan hizmetlerin de bir karşılığı oluyor. İşte bu noktada aidat finansal bir dezavantaj olarak görünüyor, kullanıcı tarafından…

Bir tesis veya site yöneticisinde aranması gereken en belirgin özellikler nelerdir?

Yönetimler, genel memnuniyete dayalı, pratik, akılcı çözümler sunmalı, suiistimale mahal vermeden şeffaf olarak hizmet vermelidir. Kurallarla zenginleştirilmiş profesyonel bir yaklaşıma sahip olmalı ve sorunları kullanıcıların üzerinden alıp komşuluk ilişkilerini de ön planda tutarak işleri yürütmelidir. Ön yargı ve eleştirel tutumdan uzak durmalı, iletişim odaklı olmalı, tutarlı ve örnek duruş sergilemeli, yönetimsel ve teknik konulara kesinlikle hâkimiyeti olmalıdır.

ÇETİN GROUP'TAN YENİ BİR HİZMET DAHA

SEKTÖRDEKİ BİRÇOK HİZMETİ WOFMC ÇATISI ALTINDA BİRLEŞTİREN ÇETİN GROUP, 20. YILINDA ENTEGRE TESİS YÖNETİM HİZMETİNİ DE BÜNYESİNE KATTI. ÇETİN GROUP, TESİS YÖNETİMİ HİZMETİ VERDİĞİ BİNALARDA MALİYETLERİ AZALTMAYI VE YAŞAM KALİTESİNİ YÜKSELTMEYİ AMAÇLIYOR.

Birçok sektörde faaliyet gösteren Çetin Group, 20. yılında hizmetlerine bir yenisini daha ekledi. Özel güvenlik, profesyonel temizlik, üretim destek, teknik bordrolama, personel taşımacılığı, lojistik, insan kaynakları yönetimi ve personel eğitimi hizmetlerini WOFMC çatısı altında birleştiren Çetin Group, entegre tesis yönetim hizmetini de bünyesine kattı. Yurt içi ve yurt dışında bin proje ve 7 bin çalışanla faaliyet gösteren Çetin Group, tesis yönetimi hizmetiyle yönetilen binalarda çalışanların tatminini artırmayı, tesis maliyetlerini azaltmayı ve yaşam kalitesini yükseltmeyi amaçlıyor.

Vizyonu ve misyonuyla hizmet sektöründe oldukça iddialı olan Çetin Group, geçtiğimiz günlerde ilki gerçekleştirilen FM Expo İstanbul Bina ve Tesis Yönetim Fuarı'na da katılarak ilgi odağı oldu. Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Çetin ve Çetin Group'un üst düzey yöneticileri, fuarda çok sayıda görüşme gerçekleştirdi. Çetin ve yöneticiler, fuarda pasta keserek bünyelerine kattıkları entegre tesis yönetim hizmetini de kutladı.

Çetin Group Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Çetin, teknolojinin etkisiyle bina ve tesislerin özelliklerinde meydana gelen değişimlerin ortaya çıkardığı yeni ihtiyaçların yönetim anlayışında da gelişmeleri beraberinde getirdiğini söyledi. Tesis yönetiminin yönetime konu olan tüm kaynakların etkin ve verimli bir şekilde yönetilmesi anlamına geldiğini belirten Çetin, "Çetin Şirketler Grubu olarak 20 yıllık deneyimimizle hizmet sektöründe çağın gerekliliklerini uygulayan, güvenilir ve global bir firma olma anlayışını benimsiyoruz. Sektörde doğabilecek ihtiyaçları öngörüp entegre çözümler sunabilen öncü bir kurumuz." dedi.

VİZYONUMUZ DÜNYA MARKASI OLMAK

Ahmet Çetin, yönetim felsefelerini de şöyle ifade etti: "İnsani değerlere ve iş ahlakı kurallarına bağlı olarak, yasal yükümlülüklerimizi zamanında ve tam olarak yerine getirmek. Sağlam temellere dayanan organizasyon yapımızdan aldığımız güçle hali hazırda binin üzerinde projede ulusal ve global iş ortaklarımıza, yurtiçi ve yurt dışında, dürüstlük ve disiplin içerisinde en kaliteli hizmeti en uygun şartlarda müşteri memnuniyeti odaklı sunmak."

Vizyonlarını "Farkı birlikte yaratarak sektörün lideri ve dünya markası olmak" şeklinde özetleyen Çetin, misyonlarıyla ilgili olarak da şunları dile getirdi: "Çalışanların ortak katılımıyla değişen ve gelişen teknolojileri takip ederek rekabette üstünlük sağlamak. Eğitimli ve bilinçli çalışanlarla, kusursuz ve kesintisiz hizmet vermek. Kaliteli hizmette, tercih edilen olarak büyümek. Çalışanların ve müşterilerin memnuniyetini birlikte sağlamak. Hizmette güvenin adresi olmak."



TEPE GÜVENLİK HİZMET KALİTESİNİ EĞİTİMLERLE ARTIRIYOR

KİŞİ VE KURUMLARA ÖZEL ELEKTRONİK GÜVENLİK HİZMETİ SUNAN TEPE GÜVENLİK, TÜRKİYE'NİN 81 İLİNDE TEKNİK SERVİS, BAKIM VE MONTAJ HİZMETİ VEREN ÇÖZÜM ORTAKLARINA ÜRÜN VE İLETİŞİM TEKNİKLERİ EĞİTİMİ VERDİ.


Özgür Gök

Tepe Güvenlik, ürün ve hizmetleriyle ilgili her türlü teknolojik yenilik konusunda bayilerini ve çözüm ortaklarını bilgilendirmeye devam ediyor. Her yıl geleneksel olarak yapılan Tepe Güvenlik Çözüm Ortakları Eğitim Toplantısı, Antalya'da gerçekleştirildi. Yaklaşık 100 çözüm ortağının katılımıyla ikişerli gruplar halinde yapılan toplantıda, ürünle ilgili teknik ve mesleki eğitimlerin yanı sıra müşteriyle doğru iletişim kurma teknikleri eğitimi de verildi.

Tepe Güvenlik'in çözüm ortakları, ilgili ürün eğitimlerinde hırsız alarmının yanı sıra sistemde yer alan yangın, gaz kaçağı, su baskını, tıbbi yardım ve panik alarmı ürünleriyle ilgili bilgilerini de güncelledi.

MÜKEMMEL MÜŞTERİ DENEYİMİ İÇİN ÇALIŞIYORUZ

Tepe Güvenlik Genel Müdürü Özgür Gök, "Müşteri deneyimi yönetiminde süreçlerimizi sürekli olarak gözden geçiriyor, iyileştirmemiz gereken alanları ve gelişime açık noktalarımızı hızlıca belirleyerek mükemmel müşteri deneyimi için çalışıyoruz. Bu anlamda her yıl yaptığımız çözüm ortakları buluşmalarına büyük önem veriyoruz. Bu etkinliklerde eğitim içeriklerini titizlikle kurguluyoruz. Müşterilerimizin en güncel ve doğru şekilde bilgilendirilmesini, hizmet kalitemizin müşterilerimize dokunduğumuz her kanalda aynı standara sahip olmasını hedefliyoruz." dedi.

Yaptıkları çalışmalarla müşteri memnuniyeti alanında başarılara imza atan bir şirket olduklarını belirten Özgür Gök, 2017 yılında www.sikayetvar.com'un verileriyle en az şikayet alan, şikayetleri en kısa sürede cevaplayan, en yüksek teşekkür ve memnuniyet düzeyine sahip marka olduklarını hatırlattı.

Gök, ayrıca pazarlama sektörü dergisi Marketing Türkiye'nin Akademetre tarafından yapılan "İtibar ve Marka Değer Performans Ölçümü" araştırmasında, özellikle 'Ticari Faaliyetleri Beğenilen' ve 'Güven Veren' marka kategorilerinde aldıkları yüksek skorlarla sektörde marka algısını yükselten en itibarlı marka seçildiklerine dikkat çekti.



ABONE SAYISI YAKLAŞIK 70 BİN

Bilkent Holding'e bağlı olarak 2011'de kurulan Tepe Güvenlik, kişi ve kurumlara yönelik özel elektronik güvenlik çözümleri üretiyor, alarm sistemleri ve Alarm İzleme Merkezi'yle ülke geneline hizmet veriyor. 7 yıl gibi kısa bir sürede abone sayısı 70 bine yaklaşan Tepe Güvenlik, bu hızlı büyümeyle sektörün lider firmaları arasında yer alıyor.
2006'da Türkiye'nin ilk çift Alarm İzleme Merkezi'ni kuran şirket olan Tepe Güvenlik, ev ve iş yerlerinin alarm sistemlerinden gelen uyarılar ışığında, bir alarm durumunda (hırsızlık, yangın, sağlık vb.) operatörler aracılığı ile gelen sinyal çeşidini dikkate alarak kullanıcıya haber veriyor ve gerektiğinde kolluk kuvvetlerinin, itfaiye veya sağlık birimlerinin olaya müdahale etmesini sağlıyor.

ÜÇ SEKTÖR
TEK PLATFORM



Gıda ve İçecek Ürünleri, Depolama, Soğutma, Taşıma ve Market Ekipmanları Fuarı

05-08 EYLÜL 2018

CNREXPO
YEŞİLKÖY



Ev Dışı Tüketim Ürünleri ve Tedarikçileri Buluşması

edt.cnrfoodistanbul.com
/cnredt /cnr_edt



cnr ambalaj istanbul

Gıda İşleme Sistemleri, Paketleme ve Ambalaj Çözümleri Özel Bölümü

cnrambalajistanbul.com
/cnrexpo /cnrexpoistanbul



İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği
İstanbul Cereals Pulses Oil Seeds and Products Exporters' Association

ETÜDER
Ev Dışı Tüketim Tedarikçileri Derneği
Foodservice Suppliers Association

TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİİ DERNEKLERİ FEDERASYONU
FEDERATION OF FOOD & DRINK INDUSTRY ASSOCIATIONS OF TURKEY

KOSGEB



İSTANBUL FUARCILIK







CNR EXPO Yeşilköy 34149 İstanbul 0 212 465 74 74 0 212 465 74 76-77 **www.cnrexpo.com**

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

CNRHOLDING



FUE TEKNİĞİ İLE SAÇSIZLIĞA DİPTEN ÇÖZÜM

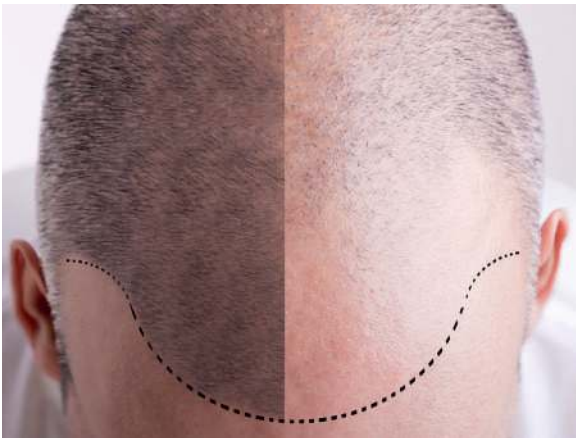


Dr. Kemal Tekeş

Medical Park Ordu Hastanesi Dermatoloji Uzmanı Dr. Kemal Tekeş, saç ekimiyle ilgili sorularımızı cevapladı.

10 yıl öncesiyle karşılaştırarak saç ekimiyle ilgili yöntemlerin gelişimi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Modern saç ekimi ilk kez Dr. Orentreich tarafından 1950'lerde başlamıştır. 1990'larda microgreftleme yöntemiyle ekim yapılıyordu. Follicular Unit Hair Transplantation (FUT) denilen bu yöntemde ince çizgisel saçlı alanlar alınarak ekim yapıldı. Bu metotta özellikle kısa saç modeli kullananlarda, saç alınan bölgede çizgisel izler oluyordu ve kozmetik olarak iyi değildi. Günümüzde hasta memnuniyeti en yüksek yöntemlerden biri olan FUE (Foliküler Ünite Ekstraksiyonu) ile saç ekimi yapıyoruz.



MEDICAL PARK ORDU HASTANESİ DERMATOLOJİ UZMANI DR. KEMAL TEKEŞ, "ENSEDEN ALDIĞIMIZ SAÇLAR DÖKÜLMEYE DİRENÇLİ OLDUĞUNDAN EKİM SONRASI DÖKÜLME GÖRÜLMEZ." DİYOR.

FUE yöntemi hakkında bilgi alabilir miyiz?

FUE yönteminde önce lokal anestezi yapılır. Daha sonra sağlıklı ve saçlı olan occipital bölgeden (başımızın arka ense üst tarafı) saçlar alınarak arzu edilen saçsız alana tek tek ekilir. İlk olarak saçlı deride ekime engel olacak egzama ve sivilce gibi dermato-



lojik rahatsızlıklar muayene edilir. Daha sonra saçlar 1 mm uzunluğuna gelecek şekilde tıraş edilir. Hem saçların alınacağı hem de ekileceği alana lokal anestezi yapılır. Ucunun genişliği ve devir sayısı ayarlanan mikro motorla saçlar ve deri küçük silindirler halinde kesilir. Her bir foliküler ünite, genellikle ortalama 2 ile 3 folikül barındırır. Adeta cımbız olan mikro penset ile saç folikülleri nazikçe alınır. Elde edilen folüküller açılan küçük deliklere yerleştirilir.

FUE yönteminin özellikleri nelerdir?

Saç alınan bölgede FUT yöntemindeki gibi kesi ve dikiş işlemi olmaz. Köklerin alındığı bölgede 1 mm'den daha küçük çaplı minik delikler oluşur. Bunlar hızla genellikle birkaç günde iz bırakmadan iyileşir. Ense bölgesinden alınan foliküler saç greftleri, saç ekiminde kullanıldığı gibi kaş, bıyık, sakal ekiminde de kullanılabilir. Aynı seansta saçların alındığı ense bölgesi ve ekilecek yerin durumuna bağlı olarak 3 bin ile 6 bine kadar saç grefti alınabilir. Ekilen alana her santimetrekare için 50-60 saç kökü ekmek mümkündür. İşlem sonrası ağrının az olması ve iyileşmenin hızlı olması FUE yönteminin en önemli üstünlüklerinden biridir. FUE yöntemi ile saç ekiminde önemli olan konulardan biri de ekimin doğal gözükmesidir.



Bir hasta, ortalama ne kadar sürede sağlıklı saçlara kavuşuyor?

FUE yönteminden sonra ortalama 1-1,5 ay içerisinde ekilen saçlar dökülür. Hastalar ekimin başarısız olduğu kanısına kapılabilir. Ancak bu dönemden sonra saçlar her bir kökten sağlıklı bir şekilde gelişmeye başlar. Genellikle 6 ay sonra tüm foliküllerden sağlıklı saçlar çıkar. Saçların uyumu 1-1,5 yılda tamamlandığından doğal ve güzel bir görüntü bu dönemde ortaya çıkar. Enseden alınan saçlar genetik dökülmeye dirençli olduğundan ekim sonrası dökülme görülmez.

DÜĞÜN ÖNCESİ YENİ TREND

SAÇ EKİMİ

Son yılların gözde estetik uygulaması olan saç ekimi, evlenecek çiftler arasında da popüler hale geldi. Estecenter Plastik Cerrahi Merkezi Medikal Direktörü İbrahim Çevik, "Düğünden birkaç ay önce yapacağımız saç ekimiyle istenilen estetik görünümü sağlıyoruz." diyor.

Evlilik hazırlığı yapan birçok kişi, düğün günlerinde kusursuz görünüm için çeşitli yöntemler deniyor. Düğün öncesi estetik uygulamaları, evlilik hazırlığındaki birçok çift tarafından sıklıkla tercih ediliyor. Düğünden yaklaşık bir sene önce yapılmaya başlanan çift estetiğinde botoks, yağ aldırma ve ekim uygulamaları yer alıyor.

Son yılların en çok tercih edilen estetik uygulaması olan saç ekimi, evlilik hazırlığında olan çiftler arasında da oldukça popüler. Düğün günü çekilecek olan videolar ve fotoğraflar çiftler tarafından ömür boyu saklanıyor ve hatırlanıyor. Fotoğraflarda en estetik hallerini yansıtmak isteyen birçok kişi, düğün öncesi çift estetiğine başvuruyor.

Estetik görünümde büyük rol oynayan saçlar, evlilik öncesi hazırlıklarda da birçok çiftin aklını karıştırıyor. Estecenter Plastik Cerrahi Merkezi Medikal Direktörü İbrahim Çevik, "Evlilik öncesi her çift gür, dolgun ve sağlıklı görünen saçlara sahip olmak istiyor. Düğünden birkaç ay önce yapacağımız saç ekimi uygulaması ile istediğiniz estetik görünüme kavuşmanızı sağlıyoruz." diyor.

ÇİFTLERİN İLK TERCİHİ SAÇ EKİMİ

Saç ekimi; cinsiyet fark etmeksizin yapılması, yaş sınırı gerektirmemesi, hızlı yapılan ve kısa sürede etkili sonuç veren bir operasyon olması nedeniyle sıklıkla tercih ediliyor. Saç ekimi operasyonları her ne kadar damat adaylarının öncelikli tercihi olsa da günümüzde gelişen birçok saç ekimi tekniği sayesinde gelinler de rahatlıkla saç ekimi yaptırabiliyor. Medikal Direktör İbrahim Çevik, tıraşsız saç ekimi yöntemi sayesinde operasyon sırasında herhangi bir tıraşlama ve kesim işleminin gerçekleşmediğinin altını çiziyor. Bu sayede düğünden yalnızca bir ay önce bile saç ekimi işlemi yaptırılabiliyor.


İbrahim Çevik

Saç ekimi operasyonlarıyla saçların arasındaki boşluklar dolduruluyor, saçlar gürleştiriliyor ve yeni saç çizgisi tasarlanıyor. Saç ekimi operasyonunda saçların çıkış yönü ve açısı, saç köklerindeki boşluklar, kişinin genetik yapısı, saç pigmenti gibi kişiye özel saç yapısı inceleniyor.

Saç ekimi yaptıracak olan çiftlerin en geç bir ay önceden operasyona başlaması gerekiyor. Tıraşsız saç ekimi uygulamasıyla saç ekimi sonrası herhangi bir operasyon izi kalmıyor. Evlilik öncesine yaptıracakları saç ekimi operasyonundan verim almak isteyen çiftlerin, işlem tarihini doğru belirlemeleri gerekiyor. Saç ekimi operasyonuyla ekilen saç kökleri, 3. aydan itibaren uzamaya başlıyor. Ancak gür ve doğal görünümlü saçlara kavuşmak ortalama 1 seneyi bulabiliyor. Bu nedenle düğün öncesi yapılacak estetik operasyonlarda iyileşme sürecini göz önünde bulundurup doktora danışılarak tarih belirlenmesi gerekiyor.



TÜRK DOKTORA ABD'DEN İKİ ÖNEMLİ ÖDÜL

Amerikan Gastroenteroloji Derneği, Medical Park Tarsus Hastanesi'nden Uzman Dr. Hüseyin Sancar Bozkurt'u "2017'de dernek bünyesinde gastroenterolojiye en çok bilimsel katkı yapan 5. doktor" seçti. Dr. Bozkurt, derneğin slogan yarışmasında da birinci oldu.


Dr. Hüseyin Sancar Bozkurt

Mersin'in Tarsus ilçesindeki Medical Park Hastanesi'nde görev yapan Gastroenteroloji Uzmanı Dr. Hüseyin Sancar Bozkurt, Amerikan Gastroenteroloji Derneği'nden (American Gastroenterological Association-AGA) iki önemli ödül aldı. Dernek 3 bin doktor arasında yaptığı değerlendirmede, Bozkurt'u 2017'de dernek bünyesinde gastroenterolojiye en çok bilimsel katkı yapan 5. doktor seçti. Derneğin üyeleri arasında düzenlenen slogan yarışmasında ise Dr. Bozkurt 40 kişi arasında birincilik elde etti. Dr. Bozkurt değerlendirmede listeye giren ve yarışmada derece alan ilk Türk hekim oldu.

DİJİTAL NİŞAN GÖNDERİLDİ

Yaklaşık 11 bin üyesi bulunan Amerikan Gastroenteroloji Derneği, 2017 yılı boyunca gastroenteroloji alanında bilime katkı koyan 3 bin uzman doktorun çalışmalarını değerlendirdi. Derneğin belirlediği 10 isim arasında 5. sırada, geliştirdiği 3 teknik nedeniyle Gastroenteroloji Uzmanı Dr. Hüseyin Sancar Bozkurt yer aldı. Bu alanda şimdiye kadar Türkiye'den listeye giren ilk Türk doktor olan Bozkurt'a ayrıca başarısı nedeniyle 'Digital Badge' (Dijital Nişan) gönderildi.

SLOGANIYLA BİRİNCİ OLDU

Amerikan Gastroenteroloji Derneği, 2017 çalışmaları kapsamında 'Klinisyenlere Tavsiye' başlığıyla bir slogan yarışması düzenledi. Dünyanın değişik yerlerinden 40 dermatoloji uzmanının katıldığı yarışmada Uzm. Dr. Hüseyin Sancar Bozkurt'un "Sağlıklı bağırsak bakterileri oluşturabiliriz. Gelecek değiştirilebilir." sloganı birinci seçildi. Dr. Bozkurt bu başarısıyla da yarışmada dereceye giren ilk Türk doktor oldu. Dernek, başarıları nedeniyle Bozkurt'u haziran ayında ABD'de düzenlenecek 2 günlük eğitim programına ücretsiz davet etti.

İŞTE O 3 TEKNİK

Daha önce de davet edildiği ABD ve İtalya'da çalışmalarını anlatan Gastroenteroloji Uzmanı Dr. Hüseyin Sancar Bozkurt'un geliştirdiği teknikler şunlar:

- Dünyada ilk defa kolonoskopik yöntemle antibiyotik uygulanması sonucu hızlı düzelme.
- Bir Türk buluşu olan hızlı kanama durdurucu ilaçla, endoskopik yöntem kullanılarak yemek borusu damar (varis) kanamasının durdurulması.
- Hızlı kanama durdurucu ilacın, çok büyük ve kanamalı onikiparmak bağırsak ülserinde endoskopik uygulama ve kanama durdurucu karışımla ülser iyileştirici özelliğinin kullanılması.

Röportaj: Necati Kola

Türkiye'de erkek giyimi denince akla ilk Kiğılı geliyor. 1938'de kurulan ve bugün 67 ilde 225 mağazası bulunan Kiğılı'nın yeni hedefi, benzer bir büyümeyi yurt dışında gerçekleştirmek. Kiğılı CEO'su Hilal Suerdem ile önce ilginç hikâyesini, ardından markayı konuştuk.

Kariyerinizle başlayalım. Kiğılı'da depoculuktan başlayıp CEO'luğa kadar yükselen ilginç bir hikâyeniz var. Sizden dinleyebilir miyiz?

1993'tü. Depoda işe başladım. Kiğılı'nın merkezi Beyoğlu'ndaydı. Türkiye'nin ilk AVM'si olan Galeria'da da bir mağazamız bulunuyordu. Ürünleri kolilere koyup Beyoğlu ve Galeria mağazalarına sevkiyat yapıyordum. Yurt içi ve yurt dışına toptan satışlarımız da vardı. Abdullah Bey, Anadolu Yakası'nın ilk AVM'si Capitol'de de bir mağaza açacağını söyledi. Ben de kendimi çok enerjik hissediyordum. Depoda enerjimi yeterince harcayamıyordum. Farklılık yaratabileceğimi düşünüyordum. Ve ben Capitol'de tezgâhtar olarak işe başladım. Terzihanede çalıştım. Müşterilere çay çay servis ettim. Kasiyerlik yaptım. Sonra şef ve müdür yardımcısı oldum. Ardından mağaza müdürü oldum. Akmerkez açılınca oradaki mağazanın açılışında çalıştım. O dönem mağaza açma operasyonları başlamıştı. Açılışların başında oldum.

Sizi kısa sürede bu kadar yükselten neydi?

Bir işi yaparken, nasıl başarılı olacağınızı araştırmalısınız. Başarmak için de ürünlerinizi insanlara doğru anlatmalı, iyi servis etmelisiniz. Ben bunları araştırdım. İyi müşteriler tuttum. Müşteriler beni sevmeye başladı. Sonra onlara stil danışmanlığı yapmaya başladım. Hizmet sektöründe olduğumuz için ikili ilişkiler çok önemli. Ben iyi ilişkiler kurarak satış birincisi oluyordum. Bu hem Abdullah Bey'in dikkatini çekiyor hem de piyasada ismim duyuluyordu. Bunları hep pazarlama mantığıyla değil, müşterilerimize faydalı olma mantığıyla yaptım. İnsanlar ikinci, üçüncü kez ürün almaya geliyordu. Hem kendilerini iyi hissediyorlar hem de paraları ceplerinde kalıyordu. Çünkü uygun fiyata kaliteli ürün aldıklarını düşünüyorlardı.

Mağaza müdürlüğünden sonraki serüveniniz?

Daha sonra Anadolu Yakası'nda birkaç mağaza daha açıldı. İzmit'te bir mağaza açtık. Ondan sonra ben bölge müdürü oldum. Mağazaları gezmeye başladım. Bilgisayar sistemleri, perakende programları daha yoktu. Bütün işlemleri, rotasyonları, kontrolleri manuel yapardık. Avrupa ve Anadolu Yakası'nda başka mağazalar açtık. Teknolojik altyapılarımızı oluşturduk. İnsan kaynaklarımızı kurduk. Avrupai bir şirketin kurumsal yapısı nasıl olması gerekiyorsa onları yaptık. Bunlar da bana düştü. Abdullah Bey çok tecrübeli bir insandı; fakat teknolojik anlamda desteğe ihtiyacı vardı. Ben de bu şirketin teknoloji ayağı oldum. Hangi birimler kurulması gerekiyorsa kurumsal bir şekilde tesis ettik ve bugünlere geldik.

SIFIRDAN BAŞLAMAYI BEN İSTEDİM

Önceki işiniz neydi? Kiğılı'yla buluşma nasıl oldu?

Babamın laboratuvar malzemeleri satan bir şirketi vardı. Ağabeyimle orada çalışıyordum. Babam ve annem, ben 28 yaşımdayken vefat etti. Ben o zaman askerdeydim. Dönünce kendime yeni bir iş kuracaktım. Annem ve babam vefat edince vazgeçip ağabeyimle bir-iki sene daha çalıştım. Daha sonra Abdullah Bey bu işi bana teklif etti.

Tanışıyor muydunuz daha önce?

Tabii. Abdullah Bey, eşimin babası olur.

Damadı olmanız, önce mi, sonra mı?

Daha önce damadıydım. Annem, babam vefat edince hayat şartlarım değişti. Abdullah Bey'in de erkek evladı yoktu. Bana "Birlikte çalışabilir miyiz?" dedi. 15 gün süre istedim. Düşündüm. Hayat görüşü bana çok uyuyordu. Babam da yoktu artık. Onunla çalışmaya karar verdim.

Hem damadısınız hem de tezgâhtar olarak başlıyorsunuz. Torpil yapmadı mı Abdullah Bey!

Hayır. Tam tersi. Kiğılı'ya başlamadan önce hastanelerden ihaleler alırdım. Çapa'ya, Cerrahpaşa'ya malzeme satardım. Bıçkın bir ticaret adamıydım. Bunların hepsini bıraktım ve Abdullah Bey'e "Bu işin sıfır noktası, okulu neresi? Ben oradan başlamak istiyorum." dedim. Çünkü işe olan saygım bunu gerektiriyordu. Eğer bir işte başarılı

ABDULLAH KİĞILI MARKAMIZLA KİŞİYE ÖZEL ÇALIŞIYORUZ

A1 segmentine hitap eden Abdullah Kiğılı markanız hakkında bilgi alabilir miyiz biraz?

Abdullah Kiğılı markamız, A1 seviyesindeki müşterilerimize, yani kendini biraz farklı gören, üzerindeki elbisenin başkasında olmasını istemeyen, kendinde biraz exclusieve hava yaratan, giyimine biraz daha fazla para harcayabilen insanlara hitap ediyor. Çünkü biz örtünmek ya da ısınmak için ürün satmıyoruz. Kendine güvensin, karşısındakine gizli referans mektubu versin diye giydiriyoruz insanları. Saygınlık, güven ve temizlik amaçlı satış yapıyoruz Abdullah Kiğılı mağazalarımızda. Bu farkı yarattığınız vakit insanlar da bunun bedelini ödüyor. Müşterilerimizle güzel bir ilişki kurduk. Burada imalat, kumaş ve modeller çok özel. Kişiye özele kadar geldik Abdullah Kiğılı markamızda. Müşterilerimiz çok memnun. Biz de çok memnunuz. Şu an 18 tane Abdullah Kiğılı mağazamız var.

ABDULLAH KİĞILI'NIN DAMADI. TAM 25 YIL ÖNCE KAYINPEDERİNİN BİRLİKTE ÇALIŞMA TEKLİFİNİ, SIFIRDAN BAŞLAMAK KAYDIYLA KABUL ETTİ. DEPOCU OLARAK BAŞLADIĞI KARİYERİNDE CEO'LUĞA KADAR YÜKSELDİ. KİĞILI CEO'SU HİLAL SUERDEM İLE İLGİNÇ HİKÂYESİNİ VE MARKANIN HEDEFLERİNİ KONUŞTUK.

KİĞILI'NIN HEDEFİ YURT DIŞINDA DA MARKALAŞMAK

olmak istiyorsanız en dipten başlayıp merdivenleri tek tek çıkmanız gerekir. Babamdan öyle öğrenmiştim. Hayatın içinde de böyle olduğunu gördüm. "Tezgâhta başlayacaksın, koklayacaksın, öğreneceksin." dedi Abdullah Bey de.

İmalatta da çalıştınız mı?

Çalıştım. Fabrika düzeni kurdum. Yurt dışından danışmanlar getirip imalatın hem hızını hem de kalitesini artırdım. En büyük özelliğim araştırmacı ve örnek alıcı olmaktı. Aynı mantıkla arkadan iyi bir ekip geliyor. Bu çığırı onlardan da bekliyoruz. Kızım var; şu an yardımcılığımı yapıyor. Benden daha teknolojik bir insan. Sosyal medyayı çok iyi kullanıyor. Teknolojik gelişmeleri çok iyi takip ediyor. Bizi daha iyi noktalara taşıyacağını düşünüyorum.

ANA KONUM FİNANSAL YAPI VE İDARİ İŞLER

Abdullah Bey, daha önce verdiği bir röportajda size yetkileri yavaş yavaş vereceğini söylüyordu. Şu anki durum nedir? Tüm yetkiler sizde mi?

Önce şöyle söyleyeyim. Bu işe sıfırdan başladım. Hammadde nedir, kaça mal olur, nasıl ürün ortaya çıkar, modası ne olur, insanlar bunu alır mı; bunları öğrendim. Tabii ki öğreneceğim çok şey var ama bunların ana okulundan geldim ben. Şu an 54-55 yaşımdayım; nerede nasıl davranılacağını, nasıl kazanç sağlanacağını görebiliyorum. Bunları görmeniz yetmiyor, finansal anlamda doğru yönetim göstermeniz gerekiyor. Satın almalarda ve yatırımlarda paranızı doğru zamanlarda doğru şekilde kullanmanız gerekiyor. Biz mümkün olduğu kadar öz kaynağımızla büyümeye çalışan bir şirketiz. Abdullah Bey'in başka işi yoktur. İnşaat işi yapmaz, enerji işi yapmaz, tarım işi yapmaz. Tek işi budur. Dolayısıyla biz büyük kredilerle büyük işlere girmeyiz. Biz mümkün olduğu kadar ürünlerimizi uygun fiyata müşterilerimize ulaştırmaya çalışırız. Sorunuza gelirsek… Şu an ana konum finansal yapı ve idari işler.

CEO olarak görevleriniz neler?

Patronumuza ve yönetim kurulumuza kâr sunmak zorundayım. Çalışanlarıma, müşterilerime, kamuya ve kamuoyuna da doğru işler yapmak zorundayım. Ben yönetim kuruluna kâr sunduğum vakit bana teşekkür edebiliyor ama bu yetmiyor. Tüm işleri doğru yapmam ve doğru planlamam gerekiyor. Çünkü benim işlerimden biri de yarını doğru planlamak. Ve ona göre aksiyon almak. Çünkü dünya ve Türkiye konjonktüründe sosyo-ekonomik dengeler her gün değişkenlik gösteriyor. Buna göre pozisyon almamız gerekiyor. Bizde kararları çok zor alacak bir yapı yok. Abdullah Bey, yönetim kurulu başkanı olarak bizim önerilerimizi hızlı bir şekilde değerlendirir ve hızlı bir şekilde pozisyon alırız. Bizim en büyük özelliklerimizden biri de budur. Dolayısıyla bu, benim hareket hızımı kolaylaştırıyor ve doğru kararlar alıp stratejimi geliştirebiliyorum. Bu da şirketi bir tık öne çıkarıp başarıya götürüyor.

Yurt içi ve yurt dışı hedefleriniz neler?

Yurt içinde çok az lokasyonumuz kaldı. Markamızı reklamlarımızla destekliyor, müşterinin ayağına gidiyoruz. Şu an 67 ilde mağazalarımız, 14 ilde de corner'larımız var. Yani 81 ilin tamamında varız. Türkiye'de büyümeye devam etmek istiyoruz ama bu noktadan sonra az olacak. Bundan sonraki asıl hedefimiz yurt dışı. Algımızı 'Made in Turkey' yerine 'Brand of Turkey' olarak değiştireceğiz. Çünkü biz Türkiye'nin markasıyız. Hedefimiz, yurt dışında da markalaşmak. Yatırım yapıp mağazalar açacağız. Uygun ürün ve fiyatlarla insanlara kendimizi sevdireceğiz. Türkiye'deki büyüme şeklimiz bize örnek olacak. Franchising de vereceğiz ama mağazaları daha çok kendimiz açacağız.

İRAN'DA SAHTE ÜRÜNLERİMİZ YAPILIYOR

Yoğunlaştığınız ülkeler hangileri?

Şu an Balkanlar ve İran hedefimiz olarak gözüküyor. Siyasi ve sosyal durum biraz düzelirse Irak çok iyi pazar olarak gözüküyor. Güney Afrika, Fas, Libya, Mısır ve Fas gibi ülkeler de iyi bir piyasa olarak görünüyor. Avrupa en son geliyor. Çünkü Avrupa'da ciddi bir rekabet var. Piyasa oturmuş durumda. Enerjimizi ve paramızı buradaki savaşa harcamak istemiyoruz. Daha rahat piyasalarda kendimizi gösterip Avrupa'ya öyle çıkmak gibi bir stratejimiz var.

TÜRK ERKEĞİ 'BU DA GİYİLİR Mİ!' DEDİĞİ ÜRÜNÜ İKİ SENE SONRA GİYİYOR

Türk erkeğinin giyim alışkanlığı ne hızla değişiyor? Gözlemleriniz ne yönde?

İtalya'daki moda, Türkiye'ye iki veya üç sene sonra geliyor. Dar paçalar, kısa paçalar, vücudu saran ürünler, biraz feminen renkler, feminen görüntüler... Biz ilk önce 'Aa bu da giyilir mi!' diyoruz. Bir sene, iki sene sonra giyiliyor. Türk erkeği de görüşünü değiştiriyor artık. Herkes modayı biraz daha takip eder hale geldi. Tabii buna Anadolu biraz zor ayak uyduruyor ama gitgide Anadolu da ayak uyduruyor bu moda akımına. Dolayısıyla Türk erkeği o evrimi geçiriyor. 'Hiç giymem' diyenler, renkli ürünleri, dar paça pantolonları giyebiliyor. Moda, her zaman cazibe yaratıyor ve satış oluyor. Eğer biz hep siyah, lacivert, gri dersek insanlar bıkar. Dolayısıyla renklerin getirdiği hava, erkek giyim satışını artırıyor. 'Yapıyoruz ama Türk erkeği almıyor' gibi bir sıkıntı olmuyor açıkçası.


Abdullah Kiğılı

ABDULLAH KİĞILI, BİZİM İDOLÜMÜZDÜR

Abdullah Bey ile çalışmanın zor ve avantajlı yönleri neler?
Abdullah Bey şu an 76 yaşında. Hâlâ işe gelip gidiyor. Çok prensipli bir insan. İşinde de biraz serttir. Kendi tecrübesinin birazının çalışanlarında da olmasını istiyor. Bence hakkı. Abdullah Bey, zor bir insan. Çünkü sıfırdan bir şeyi başarmış. Telaffuzu zor bir kelimeyi marka yapmış. Gerçekten başarılı bulduğumuz, toplumun da başarılı bulduğu bir insan. Onunla çalışmanın avantajlarını şöyle anlatayım size. Çok sevilen bir insan. Abdullah Bey'in yanında siz ters, kötü, negatif insan asla olamazsınız. Çünkü güler yüzlüdür, pozitiftir, iş bitiricidir, kıvrak zekâya sahiptir, zekidir, sevecendir, saygıdeğerdir, güvenilirdir, babacandır. Kısacası bizim idolümüzdür. Keşke onun gibi olabilsek.

Mağazalarınızın olduğu ülkeler var mı?
Biz daha önce Mısır'da açtık, Libya'da açıyorduk. Siyasi karışıklıklar olunca vazgeçtik. Şu an Kuzey Irak'ta, Erbil'de bir mağazamız var ama ne olacağı belli değil. Mısır'da franchising mağazamız vardı ama kopukluk oldu. Kiğılı mağazası var ama adam kendi işletiyor. İllegal yani. İran'da sahte ürünlerimiz yapılıyor. Bazı şeylere müdahale edemiyorsunuz. Marka olunca avantajları da oluyor, dezavantajları da… Sahte ürünlerin de markanın tanınmasına ufak bir katkısı oluyor.

Abdullah Kiğılı'nın bir açıklaması vardı. "Avrupa'da önümüzdeki 10 yıl Türk hazır giyiminin olacak" diyordu. Neye dayanarak söyledi?
Euro ile TL arasındaki fiyat farkı çok önemli. Türkiye'de işçilik Euro bazında ucuz kalıyor. İşçiliğimizin Avrupa'ya göre ucuz olması, bizi bir tık öne geçiriyor. İtalya'da aynı yerden kumaş alıyoruz; onlar bir etiket koyuyor 2 bin 500 Euro, biz koyuyoruz 500 Euro. Bizim en güçlü yönümüz, aynı kaliteyi çok uygun fiyata satabilmemiz.

Müşteri kitlenizle ilgili bilgi verebilir misiniz?
Kiğılı markamızla B, B+ ve C'ye kadar gittik. Yukarıda da Abdullah Kiğılı markamızla A1'e kadar çıktık. Zaman zaman outlet mağazalarımız oluyor. Orada da C'ye doğru kayıyoruz. Aynı lokasyonda iki-üç mağazamız olabiliyor. Onları segmentlere ayırıyoruz. C grubu ürünler bir yerde, B grubu ürünler diğer yerde, Abdullah Kiğılı markalı A grubu ürünler de başka bir yerde oluyor. Türkiye'de hepsinin müşterisi var. Cirosu en yüksek işler C'den çıkıyor. Türkiye'nin alım gücü C çünkü. Dolayısıyla C firmaları çok büyük. Hatta yurt dışında da büyüyorlar. Bizim ana grubumuz ise B.

Ürün satışlarınız bölgelere göre değişiyor mu?
Lokasyona göre ürün gönderiyoruz. Anadolu insanı genelde zayıf. Ege ve Karadeniz ise biraz daha kilolu. Bunları dikkate alarak ona göre ürünler sevk ediyoruz.

Son sorum, kışlık ürünlerinizle ilgili. Bu kış, neredeyse bahar havasında geçti. Havaların ılık seyretmesi satışlarınızı nasıl etkiliyor?
Biz havalar soğumadan ürünlerimizle ilgili kalite çalışması, fiyat çalışması, tanıtım çalışması yapıyoruz. Öngörüye göre de ürün sattığımız oluyor. 15 Temmuz'da açılıyor kış sezonu. İnsanlar havalar soğumadan da alabiliyorlar. Algıya hitap ediyoruz bazen. Ama Türk halkı Avrupa'ya göre biraz farklı. Son dakika havalar soğumadan, soğuğu hissetmeden kışlık ürün almıyor. Fakat biz Türk halkını Avrupa mantığına alıştırmaya çalışıyoruz. Bu sene biraz onu yaptık. Bize fayda sağladı. Kalan ürünleri ise, modelleri geçmediyse ve hiç piyasaya sürmediysek, bir sonraki kış sezonuna bırakıyoruz. Fakat yeni sezon ürünü olarak koymuyoruz. Fiyatlarını aşağı çekerek outlet ürünü olarak satıyoruz. Yine de kalan ürün olursa, onları da yurt dışına toptan satıyoruz. Kısacası, elimizde ürün kalmıyor. Marka ve fiyat iyiyse her türlü satılıyor zaten.

2018 İLE İLGİLİ YATIRIM VE BEKLENTİLER

- 2018'de teknoloji, dijitalleşme, reklam, marka, pazarlama, yeni ürün, Ar-Ge ve yeni mağazalar için toplam 50 milyon TL yatırım yapacak.
- E-ticaret cirosunu 2 katına çıkaracak. Bunun için depolama ve yazılım yöntemleri alanında 1 milyon TL yatırım yapacak.
- 150-200 kişilik yeni istihdam oluşturulacak. Çalışan sayısı 2 bin 500'e yaklaşacak.

DEMİRCAN PROMOSYONLA DÜNYA SİZİ TANISIN!



1 dakika bakar mısınız?

Türkiye'nin ilk temizlik fuarına hazır mısınız?



Eski Üsküdar Yolu Cad. Eski Evler sok. No:3
Master Plaza

info@globalcleanexpo.com
www.globalcleanexpo.com

+90(216) 469 6162
+90(216) 469 6170

21-22-23 Şubat 2019
Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı